2005 年基準
企業向けサービス価格指数（CSPI）の解説

2009 年 12 月

日本銀行調査統計局

目　　次

Ⅰ．企業向けサービス価格指数の作成方法 …… 1

1．　概要、目的・機能 …… 3

2．　対象範囲 …… 4

3．　指数体系 …… 6

4．　分類編成 …… 8

5．　採用品目 …… 12

6．　ウエイト …… 14

7．　調査価格 …… 18

8．　指数の計算 …… 37

9．　指数の公表 …… 41

10．接続指数 …… 44

参考．企業向けサービス価格指数の沿革 …… 46

Ⅱ．企業向けサービス価格指数の 2005 年基準改定について …… 49

Ⅲ．参考資料一覧 …… 77

＜付　表＞

1．　品目分類編成・ウエイト一覧

2．　ウエイト計算指示一覧

3．　企業間取引額の推計方法

Ⅰ．企業向けサービス価格指数の作成方法

1．概要、目的・機能

(1) 概要

企業向けサービス価格指数（CSPI：Corporate Services Price Index）は、企業間で取引されるサービスの価格変動を測定するものである。

調査対象	・企業間で取引される企業向けサービスの価格を対象とする。 ―― 個人向けサービスは対象外。ただし、主として個人向けであっても、企業が同様に需要するサービス（郵便、電話など）は調査対象に含む。
指数体系	＜基本分類指数＞ ・基本分類指数は、国内取引と輸入取引に該当する企業向けサービスを対象とした物価指数。消費税を含むベースで作成するほか、契約通貨が外貨建ての取引価格は円換算して集計。 ―― 総平均、7 大類別、20 類別、49 小類別、137 品目から構成。 ・参考系列として、「総平均（除く国際運輸）」や、外貨建て取引価格を円換算せずに集計した契約通貨ベース指数を作成。 ＜参考指数＞ ・①基本分類構成項目（リース料率）、②輸出サービス価格指数（輸出貨物運賃）、③消費税を除く企業向けサービス価格指数を作成。
指数算式	固定基準ラスパイレス指数算式 ： $P_{0,t}^{L}=\dfrac{\sum_{i=1}^{n}p_{t,i}q_{0,i}}{\sum_{i=1}^{n}p_{0,i}q_{0,i}}=\sum_{i=1}^{n}\dfrac{p_{t,i}}{p_{0,i}}w_{0,i}$
基準時	指数の基準時は、2005 年の年平均。ウエイトの算定年次は、2005 年。
調査価格数	3,463（うち外部データ：149）
価格データ	・品目の需給関係を敏感に反映する代表的なサービスの価格で、原則、調査対象サービス、取引条件、取引相手先などを固定した実際の取引価格を調査。ただし、これが困難な場合は、標準価格、平均価格、モデル価格、労働時間当たり単価、料率×インフレーターにより調査。
価格 調査方法	・原則、毎月の代表的な価格を、翌月央に調査先から書面で調査。一部の品目では、外部データを活用。 ・原則、サービスの提供者（生産者）から価格を調査しているが、一部、広告代理店などサービスの仲介業者や、サービスの需要者から聴取する場合もある。
ウエイト 算定	・『産業連関表』（総務省）のサービス部門の企業間取引額（中間需要部門＋国内総固定資本形成＋家計外消費支出）に依拠。一部、業界統計等を利用。
指数の公表	・公表日は、原則として翌月の第 18 営業日（ただし、月間の営業日数が短い場合などには公表日を若干繰り上げる）。公表時刻は、午前 8 時 50 分。
指数の訂正	＜定期遡及訂正＞ ・年 2 回（3、9 月：2、8 月速報公表時）。遡及対象期間は、原則、過去 1 年半分。 ＜即時遡及訂正＞ ・①計数の誤り等による影響が総平均指数に及ぶ場合、または、②計数の誤り等による影響がユーザーの分析に支障を来たすと思われる場合については、要訂正の事実が判明した都度、定期遡及訂正を待つことなく、翌月の公表時点で訂正。

注：調査価格数は、2009 年 9 月時点（参考指数を含むベース）。

(2) 目的・機能

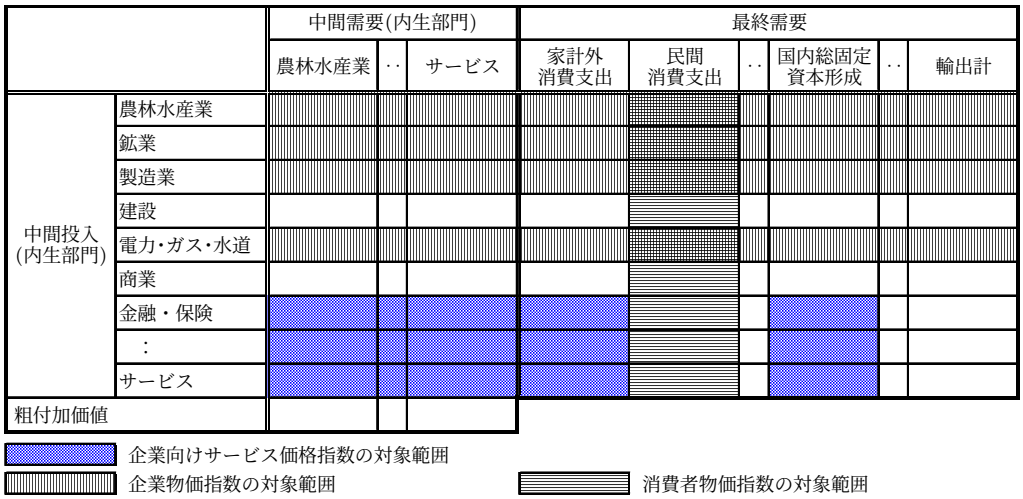
企業向けサービス価格指数の主な目的は、企業間で取引されるサービス価格の集約を通じて、サービスの需給動向を把握し、景気動向ひいては金融政策を判断するための材料を提供することにある。また、名目金額で表示される生産額から価格要因を除去して数量（実質生産量）を算出するデフレーターとしての機能のほか、企業間での個々の商取引における値決めの参考指標としての機能も有している。

2．対象範囲

企業向けサービス価格指数は、企業間で取引される企業向けサービスを対象範囲としている。したがって、『消費者物価指数』（総務省統計局）において採用されている個人向けサービスであっても、企業が同様に需要するサービス（郵便、電話など）は、対象範囲に含めている。なお、「企業」には、「民間企業」のほか「官公庁」を含む。

企業向けサービス価格指数の対象範囲は、『産業連関表』におけるサービス部門の企業間取引額（中間需要部門＋国内総固定資本形成＋家計外消費支出）に該当する範囲とほぼ一致している[1]。なお、従来は『産業連関表』の「中間需要部門＋国内総固定資本形成」を範囲としていたが、2005 年基準より、「中間需要部門＋国内総固定資本形成＋家計外消費支出」に拡大した[2]（⇒**III.**②参照）。

図表 2-1. 企業向けサービス価格指数の対象範囲（産業連関表ベースの概念図）



[1] ただし、『産業連関表』では企業間取引額が計上されているサービスのうち、自家活動部門（仮設部門）である自家用自動車輸送部門については、企業「内」取引であるため、「企業間で取引される企業向けサービス」から除外している。

[2] 対象範囲の変更と併せて、ウエイト計算方法も変更した。具体的には、大類別「諸サービス」において、従来、非採用商品として扱っていたサービスについて、採用品目の中に属性の類似するサービスや価格動向を近似できる適当なサービスがあるかをより厳密に判断し、該当しないサービスを、一律、対象外商品としている。

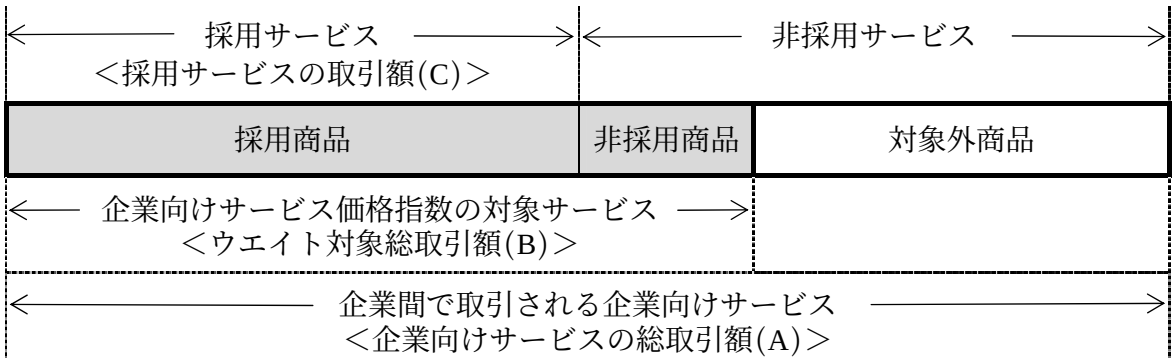
企業間で取引される企業向けサービスのうち、企業向けサービス価格指数において品目として採用しているサービスを「採用サービス」と呼ぶ。一方、価格の継続調査が困難なため、品目としての採用を見送っているサービスを「非採用サービス」と呼称している。

非採用サービスのうち、属性や価格動向からみて採用品目の価格動向で代用し得ると判断されるものは、「非採用商品」と呼称し、ウエイト計算のベースとなるウエイト対象取引額に含めている。

一方、非採用サービスのうち、採用品目の中に属性の類似するサービスや価格動向を近似できる適当なサービスが見当たらないもの（帰属利子、商業マージン、医療・保険・社会保障など）は、「対象外商品」と呼称し、ウエイト計算のベースとなるウエイト対象取引額に含めていない。

企業間で取引される企業向けサービスの取引総額のうち、企業向けサービス価格指数の対象として扱うサービス（採用商品＋非採用商品）の取引総額を、「ウエイト対象総取引額」と呼称する。企業向けサービス価格指数を計算する際に使用するウエイト（千分比）は、このウエイト対象総取引額から算定している（⇒ウエイトは**Ⅰ.6.**参照）。

図表 2-2. 企業向けサービス価格指数のウエイト対象総取引額（概念図）



2005 年基準指数におけるウエイト対象総取引額は、次頁のとおり。企業向けサービスの総取引額のうち採用サービスの比率（「採用カバレッジ」）は定性的には上昇しているが、依然、50%程度に止まっている[3]。

[3] 2005 年基準指数における非採用サービスのうち、卸・小売サービス（51.2 兆円、42.6%）、帰属利子（21.6 兆円、18.0%）が太宗を占めている（⇒**Ⅱ.**図表 1(2)参照）。

図表 2-3. ウエイト対象総取引額と採用カバレッジ

		企業向けサービスの総取引額 (A)	ウエイト対象総取引額 (B)	採用サービスの取引額 (C)	採用カバレッジ (C/A)
2005 年基準		2,386,013 億円	1,338,058 億円	1,185,202 億円	49.7%
（参考）	2000 年基準	2,277,294 億円	1,161,851 億円	1,055,885 億円	46.4%
	1995 年基準	2,154,333 億円	1,125,587 億円	935,183 億円	43.4%
	1990 年基準	1,820,105 億円	859,723 億円	788,619 億円	43.3%
	1985 年基準	1,191,055 億円	518,727 億円	476,007 億円	40.0%

注：2000 年基準以前は、2005 年基準のウエイト計算方法に従って再計算したもの。

3．指数体系（⇒付表.1、III.⑩参照）

企業向けサービス価格指数の指数体系は、基本分類指数と参考指数から構成される。

基本分類指数は、国内取引と輸入取引を対象としている[4]。

参考指数は、統計利用者からのニーズを考慮し、基本分類指数に属さない輸出取引を対象とした「輸出サービス価格指数」、基本分類指数を加工した「基本分類構成項目」および「消費税を除く企業向けサービス価格指数」の 3 指数を作成している。

(1) 基本分類指数（Basic Grouping Index）

企業間で取引される企業向けサービスのうち、国内取引と輸入取引を対象としている[5]。ただし、国内取引が太宗を占めるため、企業物価指数の基本分類指数（国内企

[4] 企業向けサービス価格指数では、『産業連関表』の「国内概念」に依拠して企業間取引を国内・輸入・輸出取引に分類している。すなわち、国内に所在する企業間の取引を「国内取引」とし、国内に所在する企業と海外に所在する企業との取引のうち、国内に所在する企業が需要者（提供者）となっている取引を「輸入取引（輸出取引）」に分類している。ただし、船舶や航空機によるサービスは、『産業連関表』において日本籍企業が行う活動を「国内」と定義しているため、企業向けサービス価格指数でもこの扱いに準じている。すなわち、輸入貨物（輸出貨物）の輸送サービスは、国内（海外）に所在する企業が需要者となるため、船舶や航空機の運用主体が日本籍企業であれば「国内取引（輸出取引）」、外国籍企業であれば「輸入取引（三国間取引）」に分類している。

[5] 企業向けサービス価格指数が対象範囲を企業向けサービスに限定した指数となっているのは、サービス経済化が進展する中で、個人向けサービスを対象とする『消費者物価指数』を補完する目的で開発された経緯に依拠しているためである。輸出取引については、取引額が小さいことに加え、企業向け取引額の把握が困難なため、引き続き参考指数の扱いに止めている。なお、『産業連関表』によれば、

業物価指数、輸入物価指数）のような国内、輸入別の指数を作成していない。契約通貨が外貨建ての取引価格は、円換算して集計している。

また、参考系列として、外貨建ての取引価格を円換算せずに集計した「契約通貨ベース」のほか、国際運輸の影響を控除した「総平均（除く国際運輸）」を作成している。「国際運輸」は国境線を越えて提供される国際運輸サービスに該当する 9 品目（「国際航空旅客輸送（北米方面）」「同（欧州方面）」「同（アジア・オセアニア方面）」「定期船」「不定期船」「外航タンカー」「外航貨物用船料」「国際航空貨物輸送」「国際郵便」）の指数を加重平均して作成している。

何れの指数も、消費税を含むベースで作成している[6]。

（2）参考指数

① 基本分類構成項目（Item used for calculating the basic grouping index）

基本分類指数を構成する品目の内訳を、指数化したもの。

具体的には、「リース料率」のみを作成している。小類別「リース」の各品目では、従価制料率を調査し、対象となるリース物件に対応する価格指数をインフレーターとして乗じた「料率×インフレーター」を調査価格としている。このため、インフレーターの情報を含まない「リース料率」の指数を、参考指数として提供している。料率を対象としているため、指数には消費税を含まない。

② 輸出サービス価格指数（Export Corporate Services Price Index）

企業間で取引される企業向けサービスのうち、基本分類指数に含まれない輸出取引を対象としている。輸出貨物運賃について、円ベースと契約通貨ベースの指数を作成している。輸出取引であるため、指数には消費税を含まない。

③ 消費税を除く企業向けサービス価格指数（Corporate Services Price Index excluding Consumption Tax）

基本分類指数について、消費税を除いたベースの指数を作成している。ただし、参考系列については、指数を作成していない。

2005 年中におけるサービス取引額は、国内生産額 568.9 兆円に対し、輸入額 10.8 兆円、輸出額 17.4 兆円に止まっている。

[6] 消費税が免税または非課税となるサービスについては、そのまま指数化している。

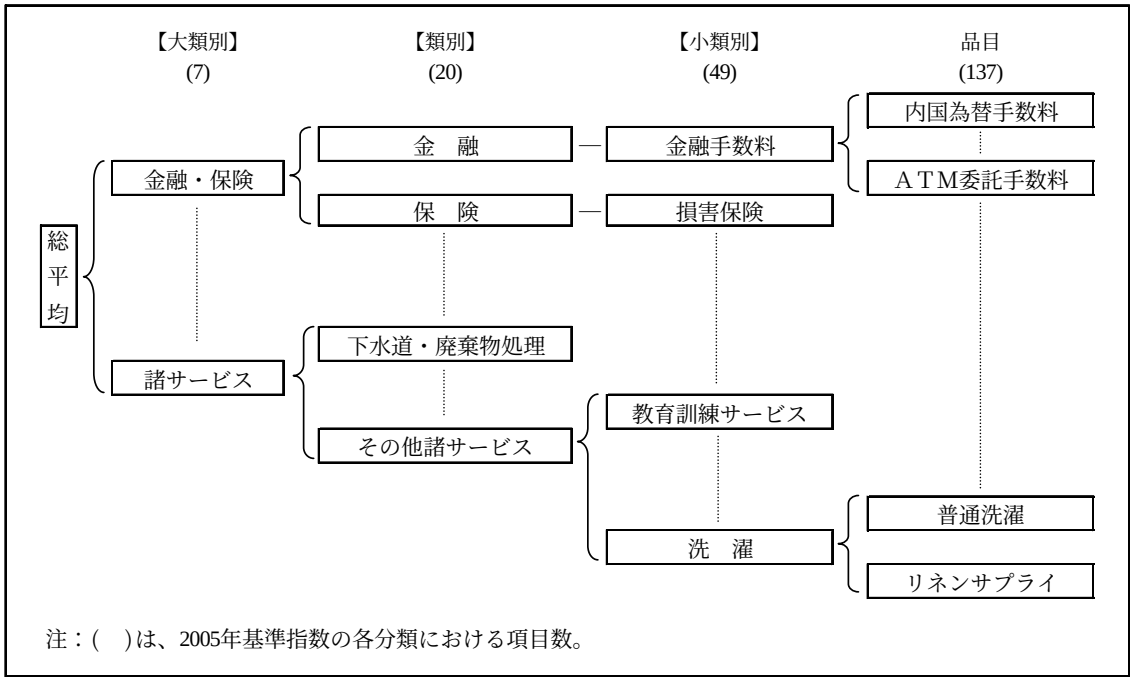
4．分類編成（⇒付表.1、III.⑩参照）

(1) 基本分類指数

「総平均」、「大類別」、「類別」、「小類別」、「品目」の 5 段階で構成している[7]。

分類編成は、『産業連関表』の枠組みを参考に、独自に設定している。大類別は、『産業連関表』の統合大分類を参考に、「金融・保険」、「不動産」、「運輸」、「情報通信」、「広告」、「リース・レンタル」、および何れの大類別にも属さない品目を分類した「諸サービス」の 7 大類別から構成している[8, 9]。類別は、『産業連関表』の統合中分類や統合小分類等を参考に、20 類別を設定している。小類別は、『産業連関表』の基本分類を参考に、49 小類別を設定している。品目は、『産業連関表』の部門別品目別国内生産額表や他の公的統計、業界統計等を参考に、137 品目を設定している。

図表 4-1. 基本分類指数の分類編成



[7] 企業向けサービス価格指数における「総平均」の概念は、企業間の取引構造を一定のものとして、基準年に固定しているが、平均的な企業が直面するサービスの組み合わせを固定したものではない。また、企業向けサービス価格指数では価格の継続調査が可能なサービスのみを調査対象としているため、企業向けサービス全般を包括したものでもない。このように「総平均指数」の概念は曖昧なものである。しかしながら、数多くの品目を加重平均することで作成する「総平均指数」は、「企業間で取引される企業向けサービス全般の物価動向」を把握し、企業の直面するコスト増減や景気動向を予測する上で、重要な指標である。

[8] 「広告」、「リース・レンタル」については、『産業連関表』では統合中分類（「広告」、「物品賃貸業」）に位置付けられているが、産業規模に鑑み、大類別として設定している。

[9] 2005 年基準より、従来の大類別「通信」、「情報サービス」を、大類別「情報通信」に統合している（⇒**III.**③参照）。なお、「郵便」は、2005 年『産業連関表』では統合大分類「情報通信」に属しているが、郵便事業と陸上貨物輸送との競合・業務提携が進んでいる実態を踏まえ、大類別「運輸」の下に位置付けている。

図表 4-2. 基本分類指数と『産業連関表』との対応関係

基本分類指数		2005年『産業連関表』	
大類別	小類別	基本分類	統合大分類
金融・保険	金融手数料	「6211-013公的金融（手数料）」 「6211-014民間金融（手数料）」	「23金融・保険」
	損害保険	「6212-021損害保険」	
不動産	事務所賃貸	「6411-021不動産賃貸業」 「7189-011道路輸送施設提供」のうち駐車場賃貸	「24不動産」
	その他の不動産賃貸		
運　輸	鉄道旅客輸送	「7111-011鉄道旅客輸送」	「25運輸」
	道路旅客輸送	「7121-011バス」 「7121-021ハイヤー・タクシー」	
	海上旅客輸送	「7141-011外洋輸送」のうち旅客輸送 「7142-011沿海・内水面旅客輸送」	
	国際航空旅客輸送	「7151-011国際航空輸送」のうち旅客輸送	
	国内航空旅客輸送	「7151-012国内航空旅客輸送」	
	鉄道貨物輸送	「7112-011鉄道貨物輸送」	
	道路貨物輸送	「7122-011道路貨物輸送（除自家輸送）」 「7311-011郵便・信書便」のうち宅配便、メール便	
	外航貨物輸送	「7141-011外洋輸送」のうち貨物輸送	
	内航貨物輸送	「7142-012沿海・内水面貨物輸送」	
	貨物用船料	「7141-011外洋輸送」のうち貨物用船料	
	港湾運送	「7143-011港湾運送」	
	国際航空貨物輸送	「7151-011国際航空輸送」のうち貨物輸送	
	国内航空貨物輸送	「7151-013国内航空貨物輸送」	
	倉庫	「7171-011倉庫」	
	こん包	「7181-011こん包」	
	有料道路	「7189-011道路輸送施設提供」のうち駐車場賃貸以外	
	郵便	「7311-011郵便・信書便」のうち宅配便、メール便以外	「26情報通信」
情報通信	固定電気通信	「7312-011固定電気通信」 「7312-031その他の電気通信」 のうちアクセスチャージ以外	
	移動電気通信	「7312-021移動電気通信」 のうちアクセスチャージ以外	
	アクセスチャージ	「7312-011固定電気通信」 「7312-021移動電気通信」 のうちアクセスチャージ	
	放送	「7321-011公共放送」 「7321-021民間放送」 「7321-031有線放送」	
	ソフトウェア開発	「7331-011ソフトウェア業」	
	情報処理・提供サービス	「7331-012情報処理・提供サービス」	
	インターネット附随サービス	「7341-011インターネット附随サービス」	
	新聞	「7351-021新聞」	
	出版	「7351-031出版」	

図表 4-2. 基本分類指数と『産業連関表』との対応関係（つづき）

基本分類指数		2005年『産業連関表』	
大類別	小類別	基本分類	統合大分類
広　告	四媒体広告	「8511-011テレビ・ラジオ広告」 「8511-012新聞・雑誌・その他の広告」 　のうち新聞広告、雑誌広告	「31対事業所サービス」
	その他の広告	「8511-012新聞・雑誌・その他の広告」 　のうち新聞広告、雑誌広告以外	
リース・レンタル	リース	「8512-011産業用機械器具（除建設機械器具）賃貸業」 「8512-012建設機械器具賃貸業」 「8512-013電子計算機・同関連機器賃貸業」 「8512-014事務用機械器具（除電算機等）賃貸業」 「8512-015スポーツ・娯楽用品・その他の物品賃貸業」 「8513-011貸自動車業」 　のうちリース	
	レンタル	「8512-011産業用機械器具（除建設機械器具）賃貸業」 「8512-012建設機械器具賃貸業」 「8512-013電子計算機・同関連機器賃貸業」 「8512-014事務用機械器具（除電算機等）賃貸業」 「8512-015スポーツ・娯楽用品・その他の物品賃貸業」 「8513-011貸自動車業」 　のうちレンタル	
諸サービス	下水道	「5211-031下水道★★」	「21水道・廃棄物処理」
	廃棄物処理	「5212-011廃棄物処理（公営）★★」 「5212-021廃棄物処理（産業）」	
	自動車整備	「8514-101自動車修理」	「31対事業所サービス」
	機械修理	「8515-101機械修理」	
	法務・会計サービス	「8519-021法務・財務・会計サービス」	
	土木建築サービス	「8519-031土木建築サービス」	
	その他の専門サービス	「8519-099その他の対事業所サービス」 　のうちその他の専門サービス業	
	教育訓練サービス	「8213-041その他の教育訓練機関（産業）」	「28教育・研究」
	建物サービス	「8519-011建物サービス」	「31対事業所サービス」
	労働者派遣サービス	「8519-041労働者派遣サービス」	
	警備	「8519-099その他の対事業所サービス」 　のうち警備	
	プラントエンジニアリング	「8519-099その他の対事業所サービス」 　のうちプラントエンジニアリング	
	テレマーケティング	「8519-099その他の対事業所サービス」 　のうちテレマーケティング	
	宿泊サービス	「8613-011宿泊業」	「32対個人サービス」
	洗濯	「8614-011洗濯業」	

「契約通貨ベース」の指数は、契約通貨が外貨建ての取引価格を調査している品目、小類別、類別、大類別のみを対象に[10]、指数を作成している。

また、国際運輸の影響を除いた指数として「総平均（除く国際運輸）」、「運輸（除く国際運輸）」のほか、「国際運輸」の指数を作成している。

（2）参考指数

① 基本分類構成項目

小類別「リース」に属する 9 品目のうち、リース料金を調査している品目「輸送用機器リース」を除いた 8 品目については、リース料率を調査している。基本分類指数では、リース料率にインフレーターを乗じて指数を作成しているため、ユーザー・ニーズを踏まえ、参考指数として、各調査価格のリース料率を指数化し、それを加重平均した指数も作成している。

② 輸出サービス価格指数

輸出貨物運賃として、円ベースの「外航貨物輸送」および「国際航空貨物輸送」、契約通貨ベースの「外航貨物輸送」の 3 項目を設定している。

③ 消費税を除く企業向けサービス価格指数

基本分類指数の分類編成と同様に設定している。すなわち、「総平均」、「大類別」、「類別」、「小類別」、「品目」の 5 段階で構成している。ただし、参考系列の各指数は作成していない。

[10] 契約通貨が外貨建ての取引価格を調査している 5 品目（「定期船」「不定期船」「外航タンカー」「外航貨物用船料」「国際航空貨物輸送」）、およびその上位分類（大類別「運輸」、類別「海上貨物輸送」「航空貨物輸送」、小類別「外航貨物輸送」「国際航空貨物輸送」）を対象としている。

5．採用品目（⇒付表.1 参照）

「個別のサービス」を一括りとして「品目」を設定しており、採用品目には、原則として、ウエイト算定年次（2005 年）におけるウエイト対象総取引額に対して一定の比率を占める代表性の高いサービスを選定している（⇒ウエイト対象総取引額は Ⅰ.2. 参照）。

もっとも、サービスには、財における『工業統計表』（経済産業省）のような、統一的かつ仔細な金額統計が存在しないため、個別サービスの企業間取引額を確認することが困難である。したがって、企業向けサービス価格指数では、企業物価指数のような品目の採用基準額を設けず[11]、まず『産業連関表』の企業間取引額（中間需要部門＋国内総固定資本形成＋家計外消費支出）を利用して小類別を選定し、これを細分化することにより品目を設定している。

(1) 小類別の選定

『産業連関表』の基本分類ごとに、ウエイト算定年次における企業間取引額を確認し、5,000 億円以上のサービスは、原則として、「小類別」として採用している[12]。

なお、ウエイト算定年次における企業間取引額が 5,000 億円を下回るサービスでも、①先行き取引額の増加が見込まれるものや、②品目分類編成上のバランス等から必要なもの、③統計の連続性の観点から継続採用するものは、弾力的に採用している。

図表 5-1. ウエイト対象取引額が 5,000 億円未満の小類別

大類別	類　別	小類別	事　由
運輸	旅客輸送	海上旅客輸送	②輸送機関のバランス（陸・海・空）。
	陸上貨物輸送	鉄道貨物輸送	②輸送機関のバランス（鉄道・道路）。
	航空貨物輸送	国際航空貨物輸送 国内航空貨物輸送	②輸送機関のバランス（陸・海・空）から類別「航空貨物輸送」を設定し、国際・国内別に区分。
情報通信	放送	放送	③1995 年基準より採用。
諸サービス	専門サービス	その他の専門サービス	③1995 年基準より採用。
	その他諸サービス	教育訓練サービス	①アウトソーシング化に対応。
		テレマーケティング	①アウトソーシング化に対応。

注：シャドーは、2005 年基準に新設した小類別。

[11] 国内企業物価指数では、ウエイト対象総取引額の１万分の１以上を採用基準額として設定している。

[12] 実務上の制約などから、企業向けサービス価格指数の対象範囲に含まれる全てのサービスを品目として採用できないため、重要度の高いサービスを選定する上での目安として、5,000 億円以上のサービスを小類別として採用するという客観的基準を設定している。

一方、企業間取引額が 5,000 億円を上回るサービスであっても、品質一定の下での継続的な価格調査が極めて困難なサービスは、小類別として採用していない。

(2) 品目の選定

品目は、企業向けサービス価格指数で作成・公表している指数の最小単位である。

小類別を構成する個別サービスのうち、①各種統計を用いることで企業間取引額の推計が可能であり、かつ、②品質一定の下で継続的な価格調査が可能なサービスを、品目として採用している。品目の選定に際しては、細分化された指数に対するユーザー・ニーズ、デフレーターとしての必要性、他のサービス統計とのバランス、全体の指数精度の維持、カバレッジの拡大などを総合的に勘案している。

多くの場合、小類別には複数のサービスが存在することから、小類別は複数の品目から構成される。しかしながら、小類別に複数のサービスが存在しても、上記の条件が満たされない場合は、小類別を構成する品目は一つにとどまる。

(3) 採用品目数

2005 年基準指数における採用品目数は、以下のとおりである。

図表 5-2. 採用品目数

	採用品目数	＜参考＞2000 年基準
基本分類指数	137	110
輸出サービス価格指数	2	2

6．ウエイト

(1) 小類別の企業間取引額（企業向けサービス取引額）の算出

まず、小類別ごとの企業間取引額を算出する。小類別の企業間取引額は、原則として、小類別に対応する『産業連関表』基本分類の企業間取引額（中間需要部門＋国内総固定資本形成＋家計外消費支出）をそのまま使用する（⇒**付表.3** 参照）。

ただし、放送や外航貨物輸送など一部のサービスでは、例外的に、『産業連関表』の企業間取引額における過不足を調整して使用している[13]。また、『産業連関表』基本分類を複数の小類別に対応させている場合は、『産業連関表』の部門別品目別国内生産額表や他の公的統計、業界統計等を使用し、小類別に該当する企業間取引額を推計している。

(2) 品目の企業間取引額（企業向けサービス取引額）の算出

小類別の企業間取引額を用いて、各品目の企業間取引額を算出する。

＜小類別が一つの品目のみから構成される場合＞

小類別の企業間取引額を、そのまま品目の企業間取引額とする。

＜小類別が複数の品目から構成される場合＞

小類別は、『産業連関表』の基本分類と対応している。『産業連関表』では、基本分類より細分化された単位での産出額データを提供していないため、一部の例外を除いて、個別の品目の企業間取引額を、『産業連関表』から直接算出することができない[14]。また、品目ごとの企業間取引額を参照できるデータは、『産業連関表』以外に殆ど存在しない。

このため、企業向けサービス価格指数の多くの品目では、小類別を構成する品目ごとのサービス生産額（売上高）を算出し、各品目のサービス生産額の構成比で小類別

---

[13] 『産業連関表』の企業間取引額の調整内容は、以下のとおり。

＜控除している取引額＞

・『産業連関表』では、新聞、雑誌、放送、インターネットを媒介とする広告サービスの広告料収入について、広告部門を経由して各需要部門に産出している（トランスファー方式）。この結果、『産業連関表』の企業間取引額には広告料収入が二重計上されているため、「新聞・出版」「放送」「インターネット附随サービス」に計上されている広告料収入を控除している。

・『産業連関表』のソフトウェア業にはゲームソフトの取引額が含まれるが、ゲームソフトは企業物価指数の対象とし、企業向けサービス価格指数の対象としないため、これを控除している。

＜加算している取引額＞

・外洋輸送、国際航空輸送の各部門における貨物運賃は、『産業連関表』では一律輸出に計上する扱いとしている。このため、国内および輸入取引額を別途推計し、加算している。

[14] 受注ソフトウェア開発など生産額全額が資本形成に産出される一部のサービスは、全額が企業向けであると考えられるため、『産業連関表』部門別品目別国内生産額表の国内生産額を、品目の企業間取引額として使用している。

の企業間取引額を案分することにより、品目ごとの企業間取引額を求めている。すなわち、サービス生産額は企業向けサービス取引額のほか個人向けサービス取引額を含むが、同一の小類別では「サービス生産額に占める企業向け比率が各品目で一定である」と仮定し、各品目の企業間取引額を推計している。

具体的には、品目ごとのサービス生産額（売上高）データとして、『産業連関表』の部門別品目別国内生産額表、『特定サービス産業実態調査』（経済産業省）、『サービス業基本調査』（総務省統計局）などの公的統計、そのほか業界統計や個別企業の決算データ等を参照している。

しかしながら、一部の小類別においては、品目ごとのサービス生産額（売上高）データが存在しないため、代替的なデータとして、数量データに価格データを乗じて推計したサービス生産額（売上高）データ、あるいは数量データから算出した構成比で、小類別の企業間取引額を案分し、品目の企業間取引額を推計している。例えば、小類別「道路貨物輸送」「内航貨物輸送」では「貨物の輸送トンキロ」データに「トンキロ当たり運賃単価」データを乗じて、小類別「事務所賃貸」では「建物の延床面積」データに「床面積当たりの賃料」データを乗じて、各々品目のサービス生産額を推計している。

(3) ウエイト対象取引額の算出：非採用商品の企業間取引額の加算（インピュート）

企業向けサービス価格指数では、具体的には、上記（2）で推計された品目の企業間取引額をベースに、基本分類指数の各品目のウエイトを算定している。具体的には、採用品目ごとにウエイト算定のベースとなる取引額（「ウエイト対象取引額」）を算出し、「ウエイト対象総取引額」に対する千分比として、品目ウエイトを算出している（⇒ウエイト対象総取引額は**Ⅰ.2.**参照）。

企業向けサービス価格指数では、品目として採用するサービスのほか、品目として採用しないサービスであっても、採用品目の価格動向で代用し得ると判断されるサービス（非採用商品）は、ウエイト計算における対象取引額に含めている。具体的には、非採用商品の取引額を、これに代用する採用品目の取引額に加算することで対応している。したがって、個々の採用品目は、自身の取引額に加え、関連する非採用商品の取引額を加算したベースで、ウエイトを算定している。ウエイト計算において、このような対応を行うのは、サービスが品目として採用されるか否かによって総平均指数に占める構成比率に歪みが生じるのを、できるだけ回避するためである。一方、採用品目の価格動向で代用できないサービスについては、指数の対象外として、ウエイト対象取引額には含めない扱いとしている（対象外商品）。

参考指数については、「消費税を除く企業向けサービス価格指数」のウエイトは基本分類指数に準じているが、その他の参考指数はウエイトを設定していない。

なお、企業向けサービス価格指数では「固定基準ラスパイレス指数算式」を採用しているため、品目以上のウエイトを基準時（2005 年）に固定している（⇒指数算式は**Ⅰ.8.**参照）。

(4) ウエイト算定の流れ

① ウエイト計算指示の設定（⇒付表.2 参照）

企業間取引額を推計した各サービスは、(a)品目として採用するサービス（採用商品)、(b)品目として採用しないが、企業向けサービス価格指数のウエイト計算に含めるサービス（非採用商品)、(c)企業向けサービス価格指数のウエイト計算に含めないサービス（対象外商品）に分類される。各サービスの企業間取引額について、企業向けサービス価格指数のウエイトを算定する上で、どのように使用するかを指示したものを「ウエイト計算指示」と呼ぶ。ウエイト計算指示には、以下の 5 種類がある。

図表 6-1. ウエイト計算指示の種類

		ウエイト計算指示
採用商品	品目として採用するサービス。	品　目
非採用商品	小類別を構成する採用品目グループの価格動向で代用するサービス。	小類別インピュート
	類別を構成する採用品目グループの価格動向で代用するサービス。	類別インピュート
	大類別を構成する採用品目グループの価格動向で代用するサービス。	大類別インピュート
対象外商品	ウエイト算定の対象から除外するサービス。	対象外

② ウエイト対象取引額の算出

ウエイト計算指示ごとに取引額を集計し、最終的に採用品目に取引額を割り振ることにより、各品目のウエイト対象取引額を算出する。なお、対象外商品はウエイト計算の対象から除外するため、取引額を使用しない。

非採用商品の取引額はウエイト計算指示ごとに集計し、以下の方法により、それぞれ代用させる採用品目の取引額に加算する。

図表 6-2. 非採用商品取引額の採用品目への加算方法

ウエイト計算指示	採用品目の取引額への加算方法
小類別インピュート	当該小類別に属している採用品目の取引額（「品目」）比率に応じて案分し、それぞれの採用品目に付加。
類別インピュート	当該類別に属している採用品目の取引額（「品目」＋「小類別インピュート」案分付加分）比率に応じて案分し、それぞれの採用品目に付加。
大類別インピュート	当該大類別に属している採用品目の取引額（「品目」＋「小類別インピュート」案分付加分＋「類別インピュート」案分付加分）比率に応じて案分し、それぞれの採用品目に付加。

③ ウエイト対象総取引額の算出

採用品目のウエイト対象取引額を合計することにより、ウエイト対象総取引額を算出する（⇒**Ⅰ.2.**図表 2-3 参照）。

④ 品目以上のウエイト算定（⇒**付表.1** 参照）

②で算出した各品目のウエイト対象取引額が、③で算出したウエイト対象総取引額に占める割合を千分比で算出し、小数点以下第1位まで各品目のウエイトを算定する。

なお、品目より上位の分類（小類別、大類別など）のウエイトは、当該分類に属している品目ウエイトを合計し算出している。

参考系列として作成している「国際運輸」のウエイトは、該当する 9 品目（「国際航空旅客輸送（北米方面）」「同（欧州方面）」「同（アジア・オセアニア方面）」「定期船」「不定期船」「外航タンカー」「外航貨物用船料」「国際航空貨物輸送」「国際郵便」）のウエイトを合計し算出している。「総平均（除く国際運輸）」「運輸（除く国際運輸）」のウエイトは、それぞれ「総平均」および大類別「運輸」のウエイトから「国際運輸」のウエイトを控除し算出している。

7．調査価格

調査価格とは、同一条件の下で継続的にサービスの価格を調査するにあたって、調査内容を定めた企業向けサービス価格指数の調査単位であり、品目内に複数の調査価格を設定している。調査価格では、サービス内容のほか、取引相手先、取引条件などを特定するよう努めている。

調査価格の設定に際しては、①当該品目の需給関係を敏感に反映する代表的なサービスであること、②サービスの品質、取引条件などを十分に固定できること、の 2 点を特に重視している。

また、調査先企業の価格情報を秘匿する観点から、品目指数の算出は、複数調査先から 3 調査価格以上の調査を基に行うことを、原則としている。複数調査先から 3 調査価格以上を調査することができない品目であっても、指数動向が適切に把握できる場合は、品目として採用しているが、個々の価格情報を秘匿するため、総平均指数など上位分類指数の計算過程には組み込みつつも、当該品目の指数を非公表の扱いとしている[15]。ただし、当該品目に属している調査価格の調査先企業からの同意が得られた場合は、この限りではなく、品目指数を公表している。

(1) 調査対象サービスの選定

企業向けサービス価格指数では、①ウエイトデータが依拠する『産業連関表』や業界統計などに定義される品目範囲内にあって、②当該品目の価格動向を代表させるのに相応しいサービスを選定している。実際の作業では、業界統計や調査先企業からのヒアリング情報などを参考にしながら、代表的で、かつ継続的な取引が見込まれるサービスを選定している。

調査価格の構成にあたっては、品目内のサービス構成が、市場の実勢と一致するよう、サービス種類別取引金額の構成比率に応じ、調査価格数を調整している。

サービス種類別取引金額の構成比率は、品目の企業間取引額の算出と同様に（⇒**Ⅰ.6.(2)**参照）、『産業連関表』や他の公的統計、業界統計等を使用して推計する。もっとも、品目未満のサービス種類別の取引額データを入手できない場合が多いことから、ある一定の仮定を置いてサービス構成比率を推計している。

[15] このほか、調査価格数等に拘わらず、価格情報を秘匿する観点から、品目指数を非公表の扱いとする場合がある。

図表 7-1. サービス種類別取引金額の構成比率の推計例：店舗賃貸

○ 「店舗賃貸」では、業態別の企業間取引額（賃貸料）が存在しないため、次のようにサービス構成比率を推計する。

＜推計に使用したデータ＞

・経済産業省『商業統計調査』

・財務省『法人企業統計年報』

・日本ショッピングセンター協会『ＳＣ白書』『ＳＣ賃料・共益費実態調査』『ＳＣ賃料・共益費実態調査』

＜推計にあたっての考え方＞

・ 業態別に「売上高に対する不動産賃貸料比率」を推計し、これに「売上高」を乗じる。

業態別の店舗賃貸料 ＝ 業態別の売上高に対する不動産賃貸料比率 × 業態別の売上高

＜具体的な推計方法＞

1. 店舗賃貸サービスを、業態別・立地環境別に、以下の 18 種類に分類。

業態＼立地			大規模小売店舗内にある店舗		大規模小売店舗外にある店舗
			中心地	周辺＋郊外	
小売業	百貨店		①		②
	スーパーマーケット		③		④
	コンビニエンスストア		⑤		⑥
	ドラッグストア		⑦		⑧
	専門店・中心店	衣料品	⑨	⑩	⑪
		食料品	⑫	⑬	⑭
		住関連	⑮	⑯	⑰
飲食店			⑱		

2. 売上高を推計。
   - 小売業と飲食店の売上高は、財務省『法人企業統計年報』を参照。
   - 小売業の売上高を、経済産業省『商業統計調査』の構成比率で案分し、業態別・立地環境別の売上高を推計。
   - 小売業のうち、大規模小売店舗内にある専門店・中心店は、日本ショッピングセンター協会『ＳＣ白書』の「総売上高」の構成比により、立地環境別に案分。

3. 売上高不動産賃貸料比率を推計。
   - 『法人企業年報』の「動産・不動産賃貸料」を「売上高」で除し、小売業と飲食店の売上高不動産賃貸料比率を推計。
   - 小売業は、『法人企業統計年報』から企業規模別の売上高不動産賃貸料比率を算出。これを、『商業統計調査』の「年間商品販売額」による業態別の中小企業比率で案分し、業態別の売上高不動産賃貸料比率を推計。
   - 小売業のうち、大規模小売店舗内にある専門店・中心店は、日本ショッピングセンター協会『ＳＣ賃料・共益費実態調査』の立地環境別の「売上高対賃料比率」を参照。
   - 小売業のうち、大規模小売店舗外にある専門店・中心店は、小売業全体から上記を差し引いた残差から推計。

		売上高	売上高不動産賃貸料比率
小売業	小計	164.7兆円	—
百貨店	①②	10.2	4.4%
スーパーマーケット	③④	47.1	3.3%
コンビニエンスストア	⑤⑥	8.1	4.4%
ドラッグストア	⑦⑧	3.1	2.7%
専門店・中心店（大規模小売店舗内）	⑨⑩⑫⑬⑮⑯	13.5	9.6%
専門店・中心店（大規模小売店舗外）	⑪⑭⑰	82.7	1.7%
飲食店	⑱	17.5	6.4%

4. 売上高に売上高不動産賃貸料比率を乗じ、賃貸料を推計。

	賃貸料	構成比率
小売業	5.2兆円	82.1%
百貨店	0.4	7.1%
スーパーマーケット	1.6	24.7%
コンビニエンスストア	0.4	5.7%
ドラッグストア	0.1	1.4%
専門店・中心店（大規模小売店舗内）	1.3	20.6%
専門店・中心店（大規模小売店舗外）	1.4	22.7%
飲食店	1.1	17.9%

品目未満は、調査価格の構成を柔軟に調整することで、その時々の市場の実態を極力、反映するよう努めており、新サービスが登場した際には、品目内での代表性が確認された時点で、速やかに取り込んでいる（⇒**Ⅰ.7.(12)**参照）。

(2) 調査段階

サービスは提供者（生産者）から需要者へ直接供給されるケースが一般的であるため、原則、サービスの提供者（生産者）から価格を調査している。

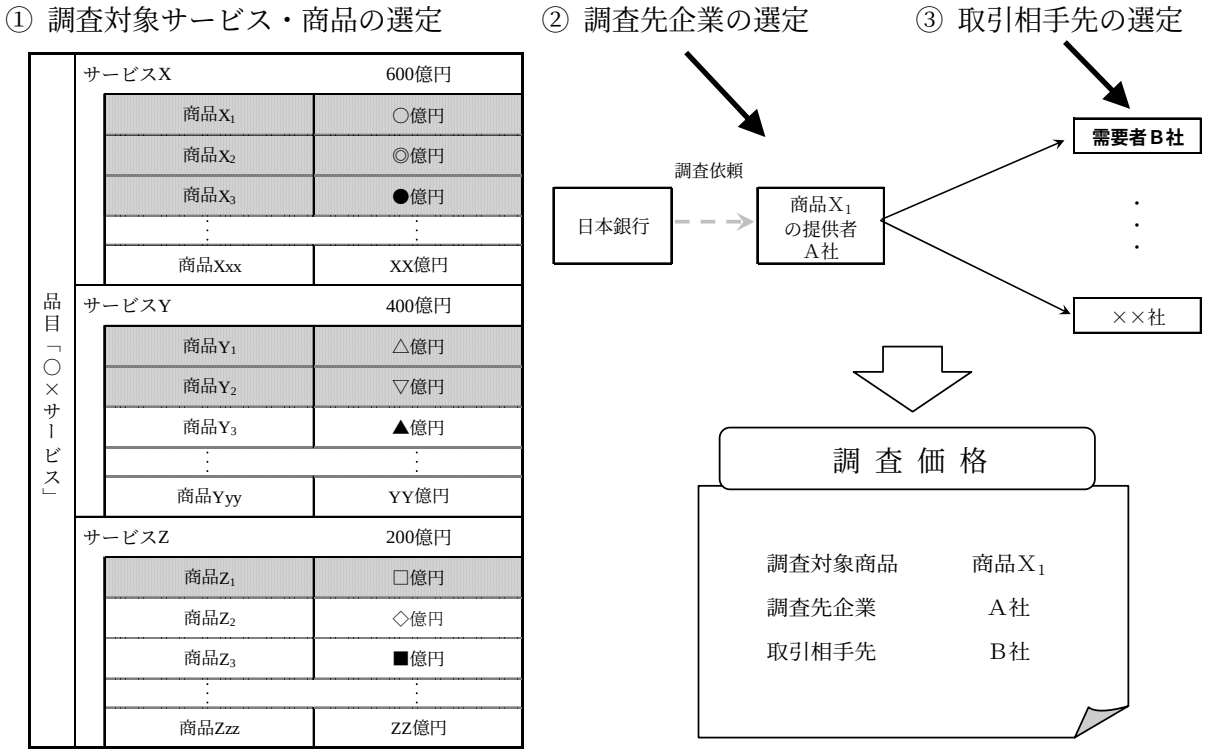
ただし、広告など一部のサービスでは、広告代理店などサービスの仲介業者から、仲介マージンを含めた価格を調査している。

また、官公庁向け入札価格などを採用している一部の調査価格では、サービスの需要者から調査している。

(3) 調査先企業の選定

調査先企業は、(1)で選定した調査対象サービス、(2)で選定した調査段階に対応する、代表的な企業を選定している。

図表 7-2. 調査価格の設定イメージ



（4）調査価格のウエイト算定

同一品目内の「調査価格」のウエイトは、原則として均等としている。調査価格のウエイトは、各品目のウエイトを、当該品目に属する調査価格数で除することにより、小数点以下第 3 位まで算定する。

ただし、同一品目内にあっても、サービスの種類や向け先などの違いにより価格動向が異なる調査価格グループが混在する場合がある。こうした品目において、上述（1）で推計した取引額比率に応じた調査価格数を確保できない場合には、調査価格グループごとの取引額比率で、各品目のウエイトを細分化し、調査価格グループごとにウエイト差を設けている。なお、同一調査価格グループ内では、ウエイトを均等分割している。2005 年基準指数において調査価格グループごとにウエイト差を設定している品目は、次頁の 38 品目（参考指数を含む）である。

図表 7-3. 調査価格グループごとにウエイト差を設定している品目

類　　別	品　　目	ウエイト差の設定要件
金　　融	信用保証料	・保証区分別
	ＡＴＭ委託手数料	・サービス提供者（生産者）別
保　　険	火災保険	・保険対象物件（一般／倉庫／工場）別
	海上・運送保険	・保険種類（船舶／貨物海上／運送）別
不動産賃貸	店舗賃貸	・業態別
	駐車場賃貸	・契約期間（時間貸／月極）別
旅客輸送	ハイヤー・タクシー	・ハイヤー／タクシー別 ・タクシーは、サービス提供者（地域）別
	国際航空旅客輸送（アジア・オセアニア方面）	・路線別
陸上貨物輸送	鉄道貨物輸送	・サービス提供者（生産者）別 ・コンテナ扱い／車扱い別
	宅配便	・サービス提供者（生産者）別
	メール便	・サービス提供者（生産者）別
海上貨物輸送	定期船	・航路別
	不定期船	・運送契約形態別
	外航タンカー	・貨物種類（原油／その他）別
	外航貨物用船料	・長期用船／短期用船別 ・長期用船は、乾貨物船／油送船別
倉庫・運輸付帯サービス	高速自動車国道	・サービス提供者（生産者）別 ・普通車／大型車別
	都市高速道路	・サービス提供者（生産者）別 ・普通車／大型車別
	一般有料道路	・サービス提供者（生産者）別
通　　信	携帯電話・ＰＨＳ	・サービス提供者（生産者）別 ・世代別
インターネット附随サービス	インターネット附随サービス	・サービス種類別 ・ポータルサイト運営サービスは、サービス提供者（生産者）別
広　　告	テレビ広告	・タイムＣＭ／スポットＣＭ別
	ラジオ広告	・タイムＣＭ／スポットＣＭ別
	インターネット広告	・サービス種類別 ・検索連動型広告は、サービス提供者（生産者）別
リース・レンタル	仮設資材レンタル	・資材種類（重仮設資材／軽仮設資材）別
下水道・廃棄物処理	下水道	・サービス提供者（地域）別
	一般廃棄物処理	・サービス提供者（地域）別
	産業廃棄物処理	・廃棄物種類別
自動車整備・機械修理	車検・定期点検・一般整備	・サービス種類別
	電気機械器具修理	・修理対象財別
	機械修理（除電気機械器具）	・修理対象財別
専門サービス	建築設計	・民間企業向け／官公庁向け別
	土木設計	・国の機関向け／地方自治体向け別
	不動産鑑定評価	・民間企業向け／官公庁向け別 ・官公庁向けは、サービス種類別
	土地家屋調査士サービス	・民間企業向け／官公庁向け別
その他諸サービス	清掃	・民間企業向け／官公庁向け別
	設備管理	・民間企業向け／官公庁向け別
	警備（除機械警備）	・民間企業向け／官公庁向け別

＜参考指数＞

輸出サービス価格指数	外航貨物輸送	・サービス種類別

(5) 調査時点

調査時点は、原則として、サービス提供時としている。ただし、これが困難な場合は、契約時などの時点で価格を調査している[16]。

(6) 価格調査の方法

価格調査は、翌月央に書面で行うことを原則としている。契約通貨が外貨建てのものについては、外貨建ての取引価格を調査しており[17]、外貨建ての取引価格を円価格に換算した上で指数化している[18]。一方、参考系列の「契約通貨ベース指数」は、契約通貨建て価格（円建て契約のものは円価格）をそのまま指数化している。企業向けサービス価格指数では、調査価格の 9 割以上が、円建て契約である（⇒**III.**⑨参照）。

なお、企業向けサービス価格指数では、原則、調査時点に提供される全てのサービスを調査対象としているが、「損害保険」や「リース」「レンタル」では、既存契約分を含まない新規契約分のみを調査対象としている。

(7) 欠測価格の取扱い

調査時点において、調査価格で設定した条件の下での取引・契約がない場合や、調査先から回答が得られない場合は、当該月は「欠測価格」となる。欠測価格が発生した場合は、原則として、当該月の価格を前月と同値（横這い）とする[19]。外貨建て価格を調査している場合は、外貨建ての取引価格を前月と同値とし、当該月の為替相場の動きを一律に反映させる形で、円建て価格を算出している。

---

[16] 例えば、官公庁向けの入札価格を採用している一部の調査価格では、官公庁ホームページに掲載される入札情報を利用して価格を作成している。こうした調査価格は、サービスの実際の提供時点を把握することが難しいことから、調査時点は、契約時（入札時）となっている。

[17] 基本分類指数・大類別「運輸」のうち、「定期船」「不定期船」「外航タンカー」「外航貨物用船料」「国際航空貨物輸送」の 5 品目、および参考指数・輸出サービス価格指数の「外航貨物輸送」に外貨建ての調査価格を採用している。

[18] 円換算には、便宜上、各契約通貨の銀行の対顧客電信直物相場（調査時点の月中平均、仲値）を利用。したがって、個々の企業が直面している実際の円価格とは異なる。

[19] ①月次調査、②基準改定の作業期間、の欠測価格については、異なる対応を採用している場合がある。具体的には、次のとおり。

① 時系列データの変動から、季節性が窺えると判断した調査価格において、調査先企業から回答が得られない場合は、その季節性を考慮し、前年同月比が前月から変動しないよう調整した価格で補完する。

② 基準改定作業では、新規品目などの調査価格について、基準始期以降の価格を新たに収集している。このため、一部の調査価格では、基準始期より一定期間、欠測価格が生じる場合がある。欠測価格のある調査価格を有する品目では、欠測価格の発生している期間について、欠測価格のない調査価格（原則、複数調査先の 3 調査価格を確保）から算出した品目指数と前月比や前年同月比が一致するように調整した価格で補完する。

一方、複数月に亘る契約期間の終了後に価格が確定する場合など、統計公表までに正式な価格が確定しない場合も、「欠測価格」が発生する。この場合は、①仮価格、②見込み価格、③直前の確定価格、のいずれかを利用する。

図表 7-4. 統計公表までに正式な価格が確定しない「欠測価格」へ利用する価格

利用する価格	内　　容
仮価格	価格が正式に決定するまでの間、実際の取引に使用される暫定的な決済価格。
見込み価格	見積もり内容、または、一部の価格情報に基づく見込み価格。
直前の確定価格	直前に確定している取引価格。

なお、「欠測価格」には、事後的に入手した計数を反映させている（⇒**III.**⑪参照）。

(8) 調査価格の種類

調査価格では、需給を反映した価格を捕捉できるよう、原則、調査対象サービス、取引相手先、取引条件などを特定した上で、「実際の取引価格」を継続的に調査している。

ただし、価格設定が多様化しているサービスや、サービス内容の個別性が強いサービスでは、取引の実態を極力反映するよう、「標準価格」、「平均価格」、「モデル価格」、「労働時間当たり単価（人月単価）」、「料率×インフレーター」を採用している（⇒**III.**⑪、⑫参照）。

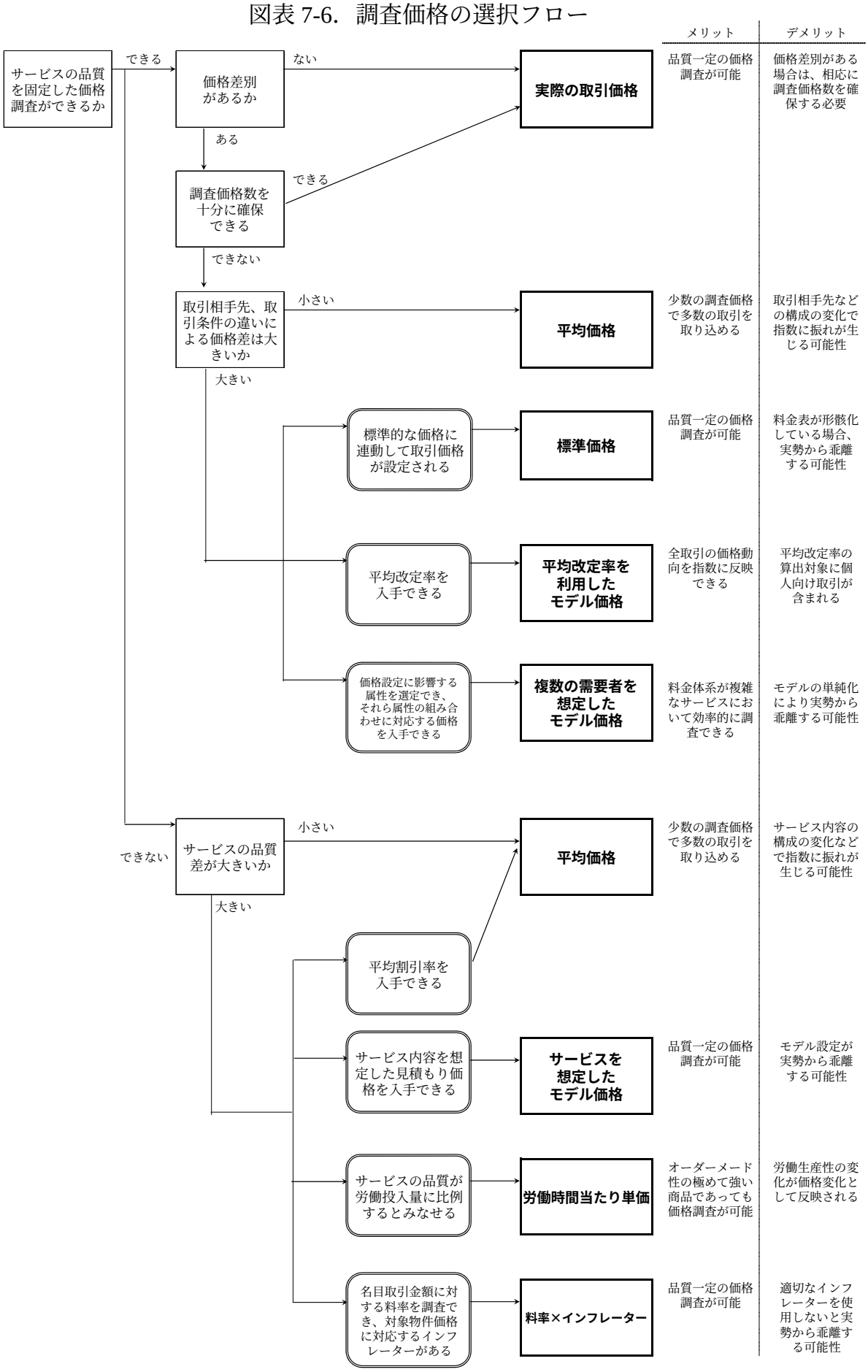
どの調査価格を採用するかについて定量的なルールを設けることは難しいが、調査先からのヒアリング情報などを参考に、各調査価格の得失を考慮し、調査価格の種類を選定している。また、一旦採用した後も、定期的にフォローアップを行い、必要に応じて調査価格の種類を変更している。

図表 7-5. 調査価格の種類

調査価格の種類	内　　容	適用例
実際の取引価格	サービス内容、取引相手先、取引条件などを特定した実際の取引価格を調査。	鉄道旅客輸送 屋外広告 産業廃棄物処理 税理士サービス
標準価格	サービス内容や取引条件を特定した実際の取引において、目安とされる標準的な価格を調査。	宅配便 固定電話 インターネット接続サービス
平均価格	品質一定の条件を損なわない範囲で[20]、サービス内容、あるいは取引相手先や取引条件の異なる複数の取引をグルーピングして売上高を集計し、合計販売数量で除した平均価格を調査。	事務所賃貸 ＷＡＮサービス 新聞広告 建築設計 労働者派遣サービス ホテル宿泊サービス
モデル価格	＜平均改定率を使用＞ 取引条件の違いによる価格差が大きいサービスにおいて、取引条件の異なる全取引の料金改定率を集計した「平均改定率」を調査。	ハイヤー・タクシー 固定電話
	＜複数の需要者を想定＞ 価格設定が多様化しているサービスについて、価格変動のばらつきが大きい属性（利用条件、需要量など）の異なる複数の需要者を想定し、それぞれの需要者にとっての最安値を、需要者のウエイトで平均した価格を調査。	自動車保険（自賠責） 国際航空旅客輸送 国内航空旅客輸送 有料道路 携帯電話・ＰＨＳ
	＜サービスを想定＞ オーダーメード・サービスについて、仮想的な取引（サービス内容、取引相手先、取引条件）を設定し、その条件でサービスを提供する場合の見積もり価格を調査。	自動車整備（事故整備） 機械修理（除電気機械器具） 建築設計 土木設計 プラントエンジニアリング
労働時間当たり単価（人月単価）	労働投入量（作業人月数）が品質に比例するとみなし得るサービスについて、労働時間当たりの単価を調査。	受託開発ソフトウェア システム等管理運営受託 弁護士サービス 公認会計士サービス 建築設計 警備（除機械警備）
料率×インフレーター	名目取引金額に対する料率で価格が表示されるサービスについて、料率に適当な価格指数（インフレーター）を乗じ、従量制に変換した価格を調査。	証券委託手数料 カード加盟店手数料 火災保険 自動車保険（任意） インターネット附随サービス 産業機械リース

[20] 一部の調査価格では、取引件数の確保やデータの制約などを背景に、品質の固定度合いを緩めた平均価格を採用している。

図表 7-6. 調査価格の選択フロー



＜多様化する価格設定に対する価格調査＞

企業向けサービス価格指数では、多様化する価格設定に対し、次のとおり、「実際の取引価格」や「平均価格」、「平均改定率を利用したモデル価格」、「複数の需要者を想定したモデル価格」を活用し、価格調査を行っている。

①　実際の取引価格

実勢を捉えるのに十分な調査価格数を確保できる場合は、サービス内容、取引相手先、取引条件などを特定した「実際の取引価格」を採用する。

「実際の取引価格」は、品質を一定とした継続的な価格調査が行える利点がある。一方、実勢を反映した指数を作成するためには、相応の調査価格数を確保する必要がある。

②　標準価格

標準的な価格に連動して取引価格が設定されている場合には、「標準価格」を採用する。

「標準価格」は、品質一定の価格調査が可能となる利点がある。一方、料金表が形骸化している場合や、料金表からの割増引率が変動する場合には、実勢から乖離する可能性がある。

③　平均価格

取引相手先や取引条件の違いによる価格差が小さい場合は、取引相手先、取引条件の類似する複数の取引をグルーピングした「平均価格」を採用する。

「平均価格」は、少数の調査価格で多数の取引を取り込めるほか、スポット取引が多いなど同一の取引相手先との取引が継続しない場合でも価格調査が可能となる利点がある。一方、取引相手先や取引条件の構成の変化により指数に振れが生じる可能性がある。

④　平均改定率を利用したモデル価格

取引条件の違いによる価格差が大きいサービスにおいて、取引条件の異なる全取引の料金改定率を集計した「平均改定率」を調査できる場合には、「平均改定率を利用したモデル価格」を採用する。

「平均改定率を利用したモデル価格」は、そのサービスの全取引の価格動向を網羅できる利点がある。一方、平均改定率を算出できるサービスが少ないほか、多くの場合、平均改定率の算出対象に個人向け取引が含まれるため、企業向けと個人向けで取引条件の設定が大きく異なる場合、誤差が生じる可能性がある。

⑤　複数の需要者を想定したモデル価格

価格設定に大きく影響する属性（利用条件、需要量など）の選定が可能であり、

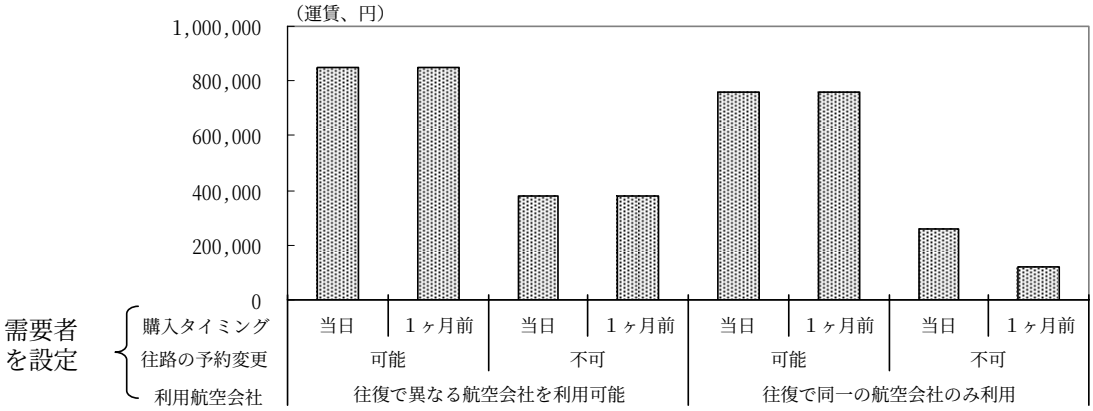
かつ、属性の組み合わせに対応する価格を利用可能な場合は、「複数の需要者を想定したモデル価格」を採用する。具体的な作成方法は、次頁の図表 7-7 を参照。

「複数の需要者を想定したモデル価格」は、複雑な料金体系を持つサービスにおいて効率的に価格調査を行える利点がある。一方、調査負担軽減の観点から、価格設定に大きく影響する属性のみを抽出し、モデルを設定しているため、モデルの簡素化により指数が実勢から乖離する可能性がある。

図表 7-7. 複数の需要者を想定したモデル価格の作成方法

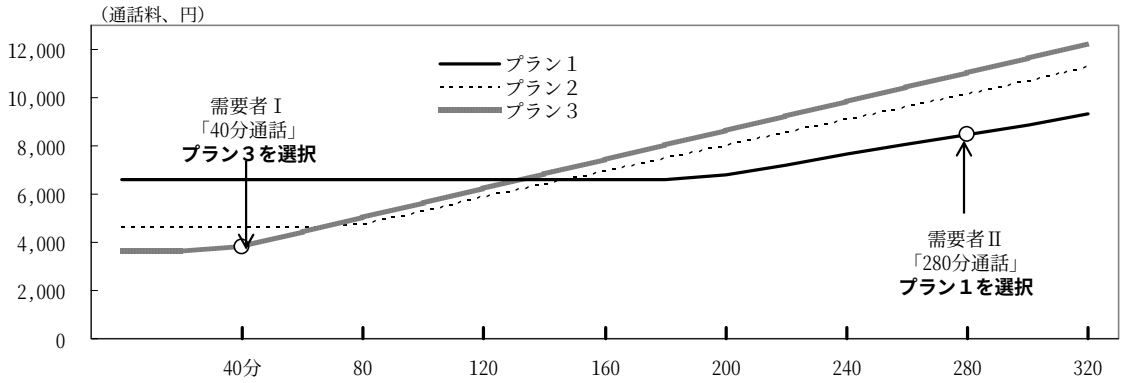
（a） 価格変動のばらつきが大きい属性（利用条件、需要量など）を選定し、属性の異なる複数の需要者を設定する。

（例）国際航空旅客輸送の運賃と需要者の設定（東京－パリ、エコノミークラス）



（b） 割安な料金の登場に対して、迅速に需要がシフトすると仮定し[21]、需要者が複数の価格に直面する場合は、最も安い価格を選択する。

（例）携帯電話のプラン選択



（c） ボリューム・ディスカウントなど複雑な割引部分は、法人向けの「平均割引率」を調査先企業から入手し、（a）（b）で作成した価格に乗じる。

（d） （a）～（c）で作成した価格を、需要者ごとのウエイトで集計する。

[21] 複数の需要者を想定したモデル価格を採用している品目のうち、「携帯電話・ＰＨＳ」では、スイッチングコストが大きいため、割安な新料金プランが登場した際に、即座に契約変更できない場合が多いと考えられることから、価格選択パターンとして、料金プランの変更に一定の時間を要する需要者タイプも想定している（⇒**Ⅲ.**⑪参照）。

＜オーダーメード・サービスに対する価格調査＞

オーダーメード・サービスは、需要者のニーズに応じてサービス内容（品質）が異なるサービスであり、取引の継続性がなく、一度提供されたサービスは繰り返し提供されない点に特徴がある。企業向けサービス価格指数では、オーダーメード・サービスに対し、次のとおり、「サービスを想定したモデル価格」や「平均価格」、「労働時間当たり単価（人月単価）」、「料率×インフレーター」を活用し、価格調査を行っている[22]。

① 平均価格

サービスごとの品質差が比較的小さい場合には、類似した品質を持つ複数のサービスをグルーピングした「平均価格」を採用する。また、サービス内容の違いによる価格差が大きい場合であっても、各取引における定価からの割引率を集計した「平均割引率」を調査できる場合には、「平均価格」を採用する。

「平均価格」は、少数の調査価格で数多くの取引を取り込むことができ、継続的な実勢価格の調査が可能となる利点がある。一方、サービス内容の構成の変化などで指数に振れが生じる可能性がある。

② サービスを想定したモデル価格

サービスごとの品質差が大きいサービスにおいて、サービス内容を想定して算出した見積もり価格を入手できる場合には、「サービスを想定したモデル価格」を採用する。

「サービスを想定したモデル価格」は、品質一定の価格調査が可能となる利点がある。一方、取引実態と異なるモデルを設定した場合、指数が実勢から乖離する可能性がある。

[22] このほか、「複雑な取引条件を想定したモデル価格」も採用している。サービス内容を形成する取引条件が複雑であるサービスでは、同じ取引相手先との継続的な取引は発生するが、取引ごとに取引条件の組み合わせが異なるために取引条件を特定できないサービスが存在する。これに対し、代表的なサービス内容、取引条件を便宜的に設定し、対応する見積もり価格を調査している。

図表 7-8. サービスを想定したモデル価格の例：プラントエンジニアリング

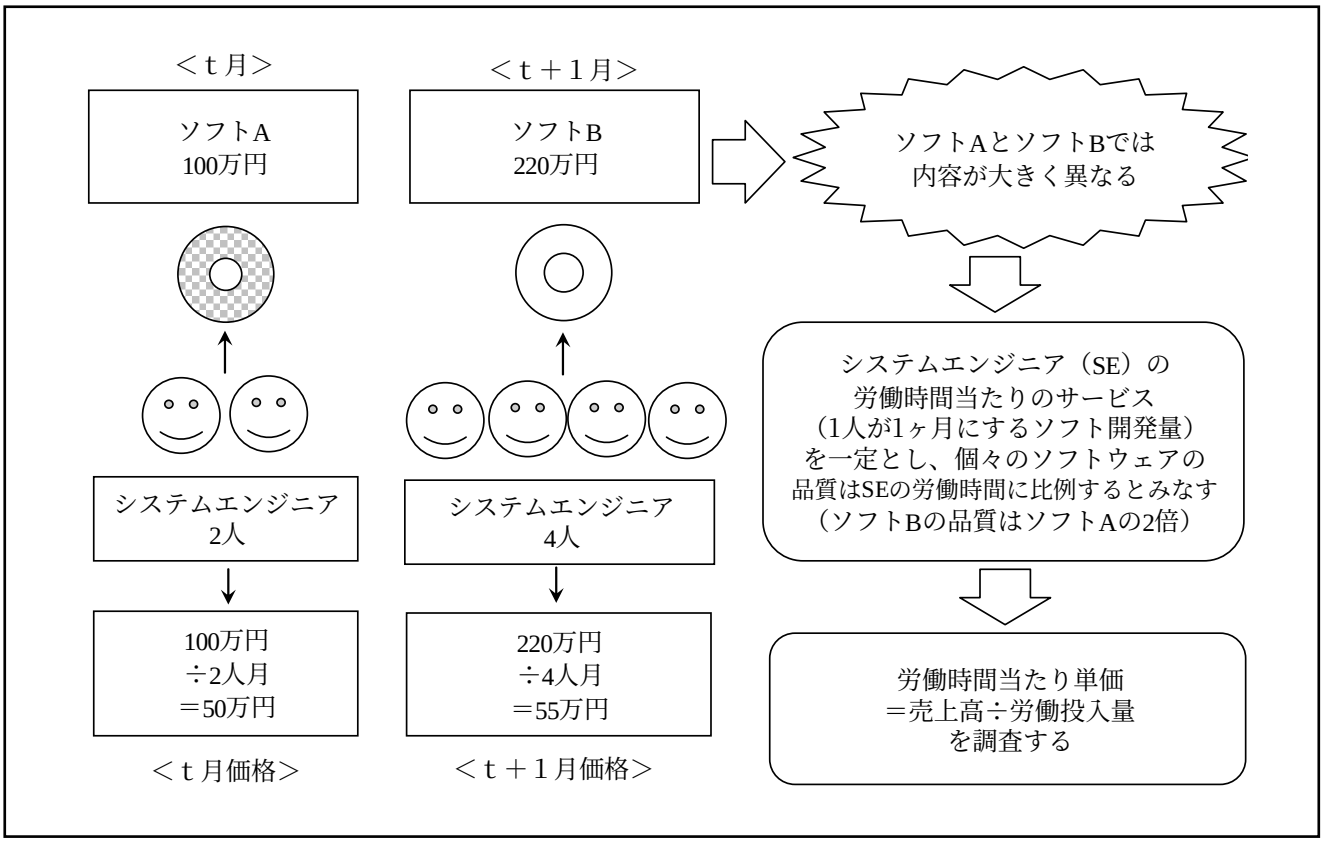
・標準的なプラントを想定し、見積もり価格を次のとおり算出。

		標準的な投入量		単　価		費　用		利益率		調査価格
人工タイプ	プロジェクトマネージャー	100 人日	×	100,000 円	＝	10 百万円				
	シニアエンジニア（10年以上）	2,500 人日	×	60,000 円	＝	150 百万円				
	一般エンジニア（10年未満）	10,000 人日	×	30,000 円	＝	300 百万円				
ライセンス料		2 種類	×	5,000,000 円	＝	10 百万円				
						470 百万円	×	1＋10%	＝	517 百万円

③ 労働時間当たり単価（人月単価）

サービスごとの品質差が大きいサービスにおいて、サービスの品質が労働投入量に比例するとみなせる場合には、サービスの取引金額をそのサービス提供に要する労働投入量で除した「労働時間当たり単価（人月単価）」を採用する。

図表 7-9. 労働時間当たり単価の例：受託開発ソフトウェア



「労働時間当たり単価（人月単価）」は、オーダーメード性の極めて強いサービスであっても価格調査が可能となる利点がある。一方、労働生産性に変化が生じ、労働時間当たりのサービス量が変化した場合（真の価格は変化していない場合）にも、価格が変化したとして指数に反映される。

④ 料率×インフレーター

サービスごとの品質差が大きいサービスにおいて、名目取引金額に対する料率（従価制料率）を調査でき、対象物件価格に対応する適切な価格指数（インフレーター）が存在する場合には、「料率×インフレーター」を採用する。

図表 7-10. 従価制料金と従量制料金の関係

物価統計では、サービス 1 単位当たりの価格（従量制料金）を調査している。このため、名目取引金額 1 円当たりの従価制料率により価格（従価制料金）が設定されるサービスについても、従量制料金に換算して調査している。

従価制料金	＝	従価制料率	×	取引金額			
	＝	従価制料率	×	（対象物件価格		×	取引数量）
	＝	（従価制料率	×	対象物件価格	）	×	取引数量
	＝	（ **料率**	×	**インフレーター）**		×	取引数量
	＝	**従量制料金**	×	取引数量			

図表 7-11. 料率×インフレーターの例：リース

・ リース料金は、一般的に「料率×リース対象物件価格」で設定される。

<u>パーソナルコンピュータ</u>

・製品型番　○△□
・リース総額　200万円
・リース物件価格　20万円／台
・数量　10台
・リース期間　５年
・リース料率　２％

リース料金 ＝ 従価制料金

＝ リース料率2% × リース総額200万円

＝ 〃 × リース物件価格20万円 × 数量10台

従量制料金（4千円）

・ 通常の価格調査では、代表的な取引を選定し、サービス内容・取引相手先などを特定した上で、価格（従量制料金）を調査する。
・ 「リース」では、リース総額に対する従価制料金としてリース料金が設定されることに加え、ユーザーの希望に応じて任意の物件を扱うため、同じサービスが繰り返し提供されることは少なく、ある特定の取引における継続的な価格調査は難しい。
・ そこで、サービス内容を一定とした従量制料金（パソコン 1 台当たりリース料金）を調査するため、調査先企業から「リース料率」を調査し、リース対象物件に応じた「価格指数」（インフレーター）を掛け合わせた「料率×インフレーター」を採用する。

リース料金 ＝ 料率 2% × パソコン価格 20 万円

⇩

調査価格 ＝ 料率 × インフレーター
＝ 料率 × 国内企業物価指数・品目「パーソナルコンピュータ」

「料率×インフレーター」を採用している各類別では、それぞれ対象物件を次のように定義し、該当する価格指数をインフレーターとして使用している。

類別「金融」では、調達する資金により購買可能な商品、類別「保険」では、保険対象とする商品、類別「インターネット附随サービス」ではインターネットショッピング等で販売している商品、類別「リース・レンタル」では賃貸対象とする商品を、対象物件として想定している。

なお、類別「金融」では、資金の用途を明確に定義できないため、やむを得ず消費者物価指数をインフレーターとして使用している。

「料率×インフレーター」は、品質調整済み価格指数を使用しているため、品質一定の価格調査が可能となる利点がある。一方、インフレーターが適切でない場合は、実勢価格から乖離する可能性がある。

(9) 品質一定の価格調査へ向けた工夫

上記の価格調査の原則に基づき、調査対象サービスや取引相手先、取引条件などを特定した上で価格調査を行ったとしても、例えば、広告や不動産賃貸など、その品質が時間とともに変化するサービスが存在する[23]。

企業向けサービス価格指数では、品質の変化に関する時系列情報が存在する場合はこれを利用して、品質変化を補正している。具体的には、品目「テレビ広告」（うちスポット広告）において、ＧＲＰ（Gross Rating Point：延べ視聴率）を用いて品質を補正している[24、25]（⇒**Ⅲ.**⑪参照）。

(10) 外部データの採用

報告者負担の軽減を図るため、一部の品目において、他機関統計や民間の外部データベースを調査価格として採用している。外部データの採用にあたっては、指数精度の維持、データのカバレッジ、継続的な利用可能性に配慮しながら、採用の可否を慎重に判断している（⇒**Ⅲ.**⑬参照）。

(11) 調査価格数および調査先数

企業向けサービス価格指数の調査価格数は、総計 3,463[26]、1 品目当たり 25 となっている（⇒**Ⅲ.**⑤、⑫参照）。同一調査先から複数の調査価格を調査するケースが多いため、調査先数は調査価格数より少なく 823 となっている（2009 年 6 月時点）。

図表 7-12. 調査価格数、調査先数

	2005 年基準[注1]	＜参考＞2000 年基準[注2]
調査価格数	3,463	3,050
調査先数[注3]	823	596

注 1：2009 年 6 月時点。参考指数を含むベース。
注 2：2004 年 10 月時点。参考指数を含むベース。
注 3：同一企業体でも窓口部署が異なる場合は、別先として数えている。

---

[23] 例えば、広告サービスでは、サービス内容は広告媒体及びスペースによって規定されるが、その広告の閲覧者数は時系列的に一定でない。従って、広告媒体とスペースを特定した場合にも、広告サービスの品質である広告効果は変化することとなる。

[24] 延べ視聴率とは、一定期間に放映されたＣＭの放映時間（15 秒換算）と視聴率との積の合計であり、1ＧＲＰは、1%の視聴率で 15 秒間ＣＭが放映されたことを意味する。

[25] このほか、品目「事務所賃貸（東京圏）」「同（大阪圏）」「同（名古屋圏）」「同（その他地域）」の 4 品目では、賃貸ビルの資産価値の経年劣化分を補正し、品質調整済みの賃貸料を指数に反映させる予定である。

[26] 参考指数を含むベース。参考指数を除いた、基本分類指数の調査価格数は 3,426。

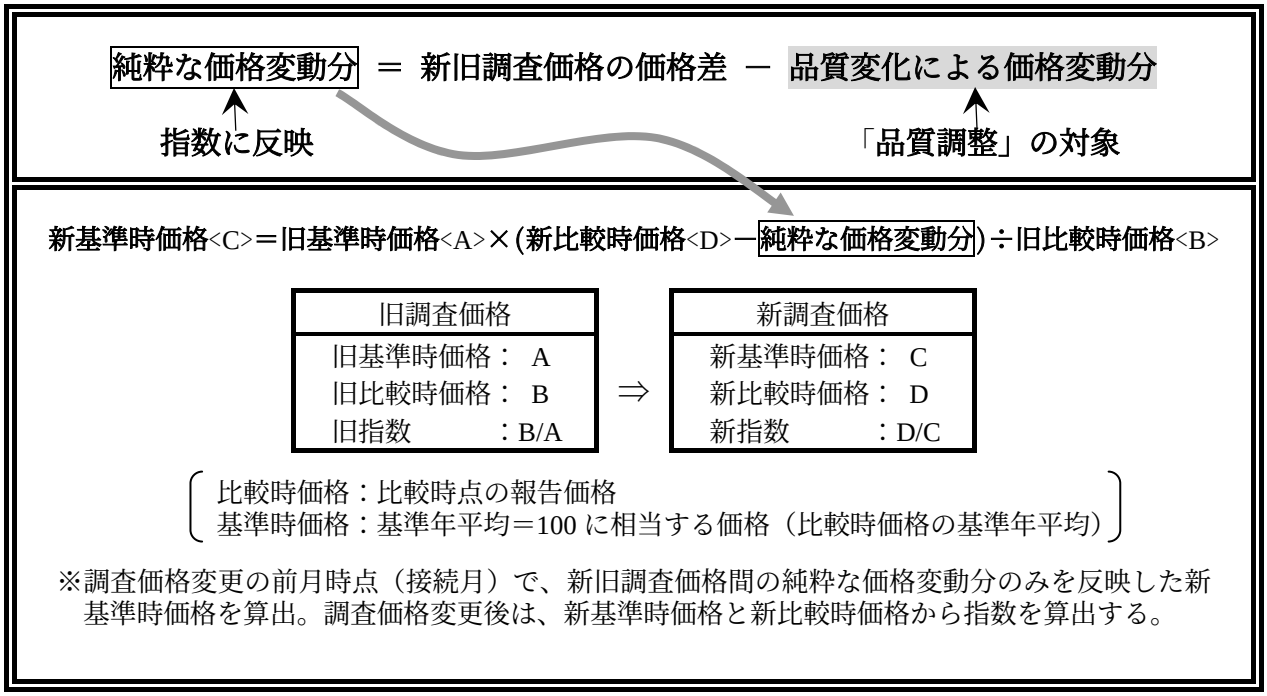
（12）調査価格の変更（⇒**III.**④、⑦参照）

品目未満の調査価格については、品目の代表性を常に確保することを企図して、その時々の市場構造の変化を踏まえた構成に柔軟に調整するよう努めている。調査価格の変更は、調査を開始した際に予め定めた、①調査対象サービスの入れ替えや、②調査先企業の見直し、さらには、③取引相手先・取引条件の変更を含んでいる[27]。

新旧サービスの品質が異なる場合、新旧サービスの表面的な価格差をそのまま物価の変動と捉えることは適当でないため、調査対象サービスの変更時には、品質の変化に相当する価格変動部分を調整する必要がある。

そこで、調査価格の変更時には、新旧調査価格の価格差を以下のように捉え、(a)新旧調査価格の品質変化による価格変動分を調整した後の、(b)純粋な価格変動分のみを反映させている（⇒品質調整は**I.7.(13)** 参照）。ただし、新旧調査価格の比較が困難な場合は、止むを得ず指数を横這い処理（「保合い処理」）している。

図表 7-13. 品質調整の考え方



[27] なお、市場において新サービスが出現し、既存の調査価格だけでは品目の価格動向を十分に代表できない場合などには、調査価格数を増やし、新サービスを取り込んでいる。一方、調査価格のサービスが市場において衰退し、かつ他の調査価格で品目の価格動向を十分に代表できる場合には、その調査対象サービスを他のサービスに変更することなく、調査価格を廃止している。

(13) 品質調整方法

企業向けサービス価格指数では、品質調整方法として、①直接比較法、②オーバーラップ法、③コスト評価法、④単価比較法、⑤ヘドニック法を採用している[28]。

図表 7-14. 品質調整方法

名　称	内　容
直接比較法	新旧調査価格の品質が本質的に同一で、両者の品質差を無視し得るものと判断し、表面価格差をそのまま価格変動分として処理する方法。
オーバーラップ法	同一条件の下で、一定期間、並行販売された 2 つのサービスの価格比が安定している場合、同一時点における新旧調査価格の価格差を品質差とみなし、価格指数を接続する方法。
コスト評価法	調査先企業からヒアリングした新旧調査価格の品質変化に要したコストを、両調査価格の品質差に対応する価格差とみなし、新旧調査価格の価格差の残り部分を「純粋な価格変動」（＝物価の変動）として処理する方法。
単価比較法	新旧サービスは数量こそ異なるが、新旧調査価格の品質は本質的に同一とみなされる場合において、新旧サービスの単価比を価格比とみなし、価格指数を接続する方法。
ヘドニック法注	サービス間の価格差の一部は、これらサービスの有する共通の諸特性によって測られる品質差に起因していると考え、サービスの諸特性の変化から「品質変化に見合う価格変動」部分を回帰方程式により定量的に推定し、残り部分を「純粋な価格変動」として処理する方法。

注：他の品質調整方法の適用が困難である、ないしは十分な品質調整が行えない場合において、特性を定量的に示すデータが継続的に入手可能であることを条件に、適用を検討している。

8．指数の計算

(1) 基本分類指数

① 指数の基準時およびウエイト算定年次

指数の基準時およびウエイト算定年次は、いずれも 2005 年である。

② 指数の算式

各時点ごとに各種商品の価格をまず指数化し、その価格指数を基準時に固定した金額ウエイトにより加重算術平均する「固定基準ラスパイレス指数算式」を採用している。

[28] 暦年ベースでの品質調整効果について、類別ごとの試算値を公表している（⇒**III.**⑧参照）。

固定基準ラスパイレス指数算式：　$P_{0,t}^{L}=\frac{\sum p_{t,i}q_{0,i}}{\sum p_{0,i}q_{0,i}}=\sum\frac{p_{t,i}}{p_{0,i}}w_{0,i}$

$P_{0,t}^{L}$：基準時点を 0 とした比較時点 t における固定基準ラスパイレス指数

$p_{t,i}$：比較時点 t における商品 i の価格

$p_{0,i}$：基準時点 0 における商品 i の価格

$w_{0,i}$：基準時点 0 における全取引額に対する商品 i の取引額シェア（ウエイト）

$q_{0,i}$：基準時点 0 における商品 i の数量

③ 指数の計算方法

月間指数は、以下のような計算を行うことにより、小数点以下第 1 位まで公表している。なお、幾つかの品目については季節性が確認されているが、季節調整は行っていない。

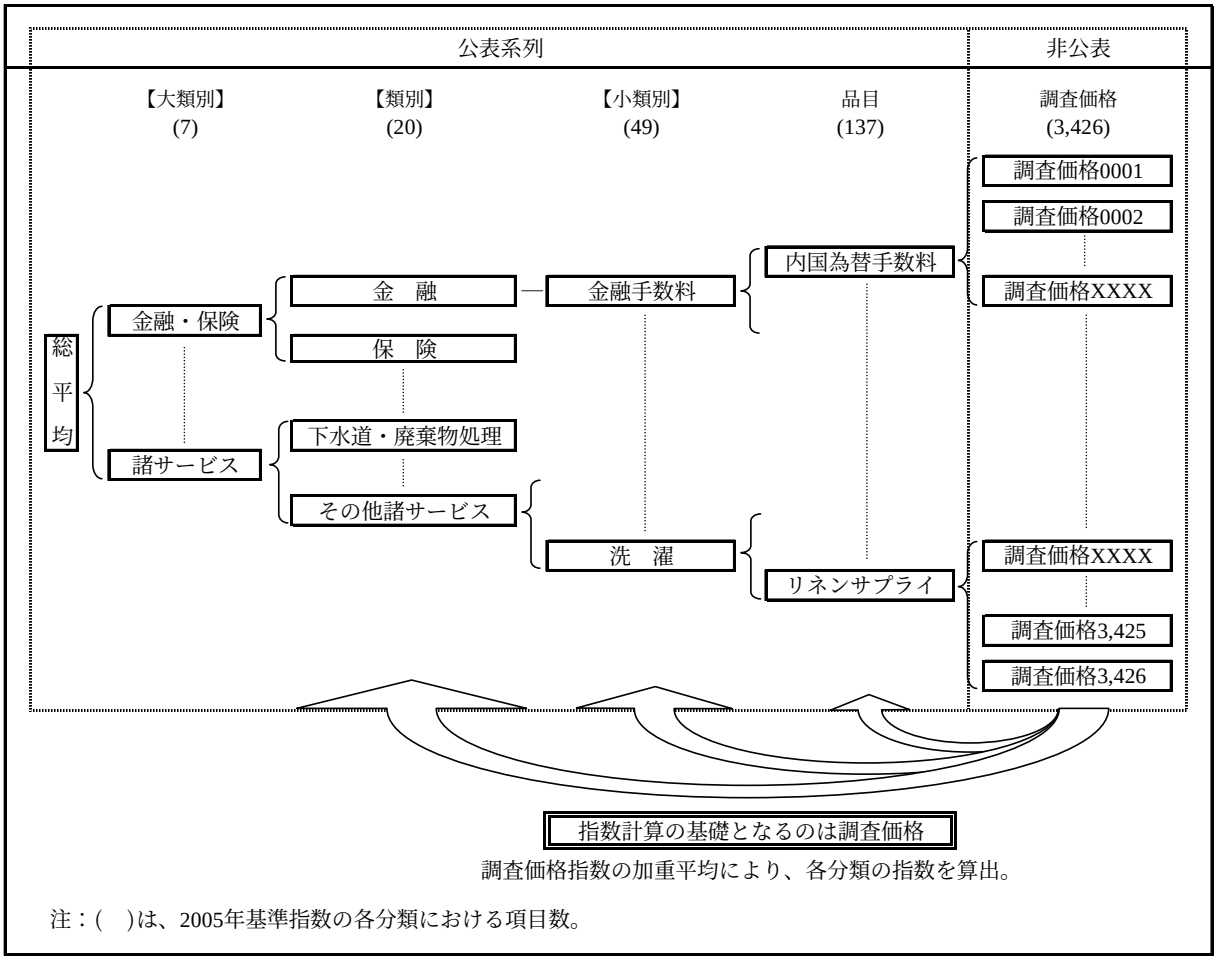
＜品目指数の算出＞

調査価格ごとに、当月の報告価格（「比較時価格」）をそれぞれの「基準時価格」（基準年平均＝100.0 に相当する価格）で除して個別の調査価格指数を算出する。この調査価格指数に各々の調査価格ウエイトを乗じ（調査価格の加重指数）、当該品目に属する全調査価格の加重指数の合計（品目の加重指数）を当該品目のウエイトで除することにより、品目指数を算出する。

＜上位段階の指数の算出＞

総平均、大類別、類別、小類別といった上位段階についても、品目指数と同様の集計方法により、当該分類に属する全調査価格の加重指数の合計を当該分類のウエイトで除することにより、指数を算出する。こうした計算方法により、多段階に亘るラウンド誤差を回避している。

図表 8-1. 基本分類指数の指数計算の構造



注：(　)は、2005年基準指数の各分類における項目数。

図表 8-2. 基本分類指数の算出方法

		調査価格(1)	調査価格(2)	調査価格(3)	調査価格(4)	その他の調査価格		
調査価格	基準時価格 (A)	12,000円	13,000円	230円	260円			
	比較時価格 (B)	15,000円	15,500円	230円	270円			
	指数 (B)／(A)×100 (C)	125.00000	119.23077	100.00000	103.84615			
	ウエイト (D)	3.000	3.000	2.000	2.000			
	加重指数 (C)×(D) (E)	375.00000	357.69231	200.00000	207.69231			
品目	加重指数(E)の和 (F)	732.69231		407.69231				
	ウエイト(D)の和 (G)	6.00		4.00				
	指数 (F)／(G)	122.11538		101.92308				
	公表指数	122.1		101.9		他の小類別の小計		
小類別	加重指数(F)の和 (H)	1,140.38462				2,550.50000		
	ウエイト(G)の和 (I)	10.00				20.00		
	指数 (H)／(I)	114.03846						
	公表指数	114.0					他の類別の小計	
類別	加重指数(H)の和 (J)	3,690.88462					8,150.65000	
	ウエイト(I)の和 (K)	30.00					70.00	
	指数 (J)／(K)	123.02949						
	公表指数	123.0						他の大類別の小計
大類別	加重指数(J)の和 (L)	11,841.53462						101,724.50000
	ウエイト(K)の和 (M)	100.00						900.00
	指数 (L)／(M)	118.41535						
	公表指数	118.4						
総平均	加重指数(L)の和 (N)	113,566.03462						
	ウエイト(M)の和 ＝1,000.00	1,000.00						
	指数 (N)／1,000.0	113.56603						
	公表指数	113.6						

注：実際の指数計算では、原則、品目指数は3調査価格以上から算出している。

(2) 参考指数

① 指数の基準時およびウエイト算定年次

基本分類指数と同様、指数の基準時およびウエイト算定年次は、いずれも 2005 年である。

② 指数の算式

基本分類指数と同様、固定基準ラスパイレス指数算式を採用。

③ 指数の計算方法

基本分類指数と同様の計算方法により、月間指数は、小数点以下第 1 位まで公表している。なお、指数の季節調整は行っていない。

(3) 四半期、年間指数および騰落率の計算

四半期、年間（暦年・年度）指数は、月間指数の単純平均により、小数点以下第 1 位まで算出している。

騰落率は公表指数から算出し、小数点以下第 1 位まで公表している。

9．指数の公表

(1) 公表スケジュール

公表資料および詳細計数は、以下の日程により定めた日の午前 8 時 50 分に公表している。

月間指数（速報）	原則として翌月の第 18 営業日 ただし、ただし、月間の営業日数が短い場合などには公表日を若干繰り上げる
月間指数（確報）	翌月分の速報公表日

具体的な公表予定日については、日本銀行ホームページの「公表予定」（http://www.boj.or.jp/type/schedule/index.htm）の以下の欄に掲載している。

公表予定のお知らせ	先行き 4 週間の予定を掲載 毎週末に更新
統計・統計書の公表予定	先行き 6 ヶ月間（4～9 月、7～12 月、10～翌年 3 月、翌年 1～6 月）の予定を掲載 それぞれ 3、6、9、12 月末に公表
時系列データの公表・掲載予定	先行き 6 ヶ月間（4～9 月、7～12 月、10～翌年 3 月、翌年 1～6 月）の予定を掲載 それぞれ 3、6、9、12 月末に公表

(2) 公表方法

公表資料および詳細計数は、日本銀行ホームページの「企業向けサービス価格指数」の「公表データ」（http://www.boj.or.jp/theme/research/stat/pi/cspi/index.htm）、「時系列統計データ検索サイト」（http://www.stat-search.boj.or.jp/index.html）に、それぞれ掲載している。

また、以下の刊行物にも公表計数を掲載している[29]。

図表 9-1. 企業向けサービス価格指数を掲載している刊行物

刊行物名	発刊時期
物価指数季報	3 月（春号）、6 月（夏号＜増補版＞）、9 月（秋号）、12 月（冬号）の、原則として、企業向けサービス価格指数公表日から 7 営業日目に発刊
日本銀行統計	毎年 1 回（4 月＜予定＞）発刊
金融経済統計月報	毎月第 18 営業日に発刊

指数全般にわたる照会については、日本銀行の以下の部署が対応している。

- 調査統計局　物価統計担当　03-3279-1111　内線 4073
- 情報サービス局　統計照会窓口　03-3279-1111　内線 4637、4038

問い合わせが比較的多く寄せられる質問については、日本銀行ホームページの「物価指数の FAQ」（http://www.boj.or.jp/type/exp/stat/pi/faqprice02.htm）に、その回答を掲載している。

(3) 指数を非公表とする品目

調査先の価格情報を秘匿する観点から品目指数を非公表の扱いとする場合は、原則として非公表品目と同じ小類別に属している他の 1 品目の指数も併せて非公表の扱いとし、“ x ”と表示している（⇒非公表品目は **I .7.** 参照）。これは、非公表品目が属している小類別の指数と、非公表品目と同じ小類別に属している他の品目の指数によって、非公表品目の指数が逆算できないようにするための措置である。

なお、2005 年基準指数では、指数を非公表としている品目はない。

[29] 各刊行物の掲載データは、日本銀行ホームページの「統計書」（http://www.boj.or.jp/theme/research/stat/stat_pub/index.htm）でも検索することができる。

(4) 指数の訂正

当該月の確報値の指数計算以降に判明した計数については、以下の遡及訂正方法に基づいて、指数に反映している。

図表 9-2. 指数の遡及訂正方法

	定期遡及訂正	即時遡及訂正
事由	・ 計数に誤りが判明した場合(a) ・ 調査先からの報告が遅れた場合(b) ・ 価格交渉が後ずれした場合 ・ 利用可能なデータが事後的に入手できた場合[30]	・ 左記(a)、(b)を事由とした計数の訂正による影響が、総平均指数に及ぶ場合 ・ 個別の品目、類別などにおいて、計数の訂正により指数水準が大幅に変化し、ユーザーの分析に支障を来たすと思われる場合
時期	・ 年 2 回（3、9 月：2、8 月速報公表時）実施	・ 要訂正の事実が判明した都度、可能な限り速やかに実施
対象期間	・ 原則として過去 1 年半分注 ・ 価格交渉が後ずれした場合の決着価格の反映や影響度の大きい訂正については、1 年半を超えて遡及訂正を行う場合がある	

注：3 月（9 月）に実施する遡及訂正では、原則として、前年 10 月（4 月）指数以降が対象となる。

なお、訂正した計数は、ホームページへの訂正資料掲載、プレスへの訂正資料配布などを通じて公表する。

(5) その他公表資料一覧

各種参考資料および関連資料を、日本銀行ホームページに掲載している（⇒**III.**参照）。

[30] 具体的には、①複数月に亘る契約期間の終了後に価格が確定する調査価格や、②平均割引率を年 1 回調査する調査価格などが該当する。こうした調査価格を含む品目のうち、「携帯電話・ＰＨＳ」「受託開発ソフトウェア」「公認会計士サービス」「建築設計」の 4 品目では、特に大幅な指数の訂正が生じる場合がある（⇒**III.**⑪参照）。

10．接続指数（⇒III.⑩参照）

接続指数は、長期の時系列データを利用するユーザーの利便性を考慮して作成するもので[31]、新基準指数をベースに過去に遡及した「2005 年基準接続指数」を作成している。

（1）2005 年基準接続指数

2005 年基準接続指数は、2005 年基準指数の指数系列に対象範囲が同一の過去基準指数の系列を対応させ、新・旧基準指数を接続することにより作成している。基準により分類編成が異なる場合は、過去基準指数の系列を 2005 年基準指数の分類編成に組替えて計算している（採用品目、ウエイトは各基準のものを使用）。2005 年基準接続指数は、品目以上の全指数系列を対象に、原則として 1985 年 1 月まで遡及して作成している[32]。

指数の接続計算は、指数系列ごとに、各基準年の新・旧指数から求めた年平均ベースのリンク係数を用いた年次接続方式を採用し、次式により行っている[33]。

＜2005 年基準接続指数の計算方法＞

$$2005\text{年基準接続指数} = 2000\text{年基準指数} \times \underbrace{\frac{2005\text{年基準の}2005\text{年平均指数（}=100\text{）}}{2000\text{年基準の}2005\text{年平均指数}}}_{\text{（リンク係数）}}$$

（2）参考値（四半期、年間＜暦年・年度＞指数および騰落率）の計算方法

総平均、大類別、小類別の各系列については、基準年以前の四半期、年間（暦年・年度）指数および騰落率を、1985 年以降、提供している（⇒III.⑥参照）。計算方法は次のとおり。

① 四半期、年間（暦年・年度）指数

「総平均」および「総平均（除く国際運輸）」については、過去の各基準において算出した四半期、年間（暦年・年度）指数にリンク係数を乗じ「新基準年＝100」

---

[31] 企業向けサービス価格指数では、基準改定毎に、採用する品目やウエイト、品質調整方法などが異なるため、基準を跨った形で指数を比較する場合、厳密には連続性を欠く面がある点、注意が必要である。

[32] ただし、過去基準指数に対象範囲が同一とみなせる系列が存在しない系列については、2005 年基準接続指数を作成していない。2005 年基準指数と過去基準指数の対応の詳細は、III.⑭参照。

[33] したがって、各品目の接続指数を各基準のウエイトを用いて加重平均しても、「総平均」の接続指数とは一致しない。

に換算した値を、正式な系列として公表している。一方、大類別、小類別の各系列については、2005 年基準接続指数から便宜的に算出している。

② 騰落率

「総平均」および「総平均（除く国際運輸）」については、過去の各基準において算出した騰落率を、正式な系列として公表している[34]。一方、大類別、小類別の各系列については、2005 年基準接続指数から便宜的に算出している。

以　　上

[34] このため、接続指数から算出した騰落率と公表値の騰落率が一致しない可能性がある。

参考．企業向けサービス価格指数の沿革（⇒III.⑮、⑯参照）

企業向けサービス価格指数は、経済構造のサービス化に対応し、企業間で取引される企業向けサービスの価格変動を集約的に捕捉することを目的として、1991 年 1 月に、1985 年基準指数の公表を開始した物価統計である。当初は、74 品目でスタートし、その後、基準改定ごとに新規品目の採用や既存品目の分割により採用品目数を拡大するとともに、価格調査方法や品質調整方法の工夫により指数精度の維持・向上に取り組みつつ、今日に至っている。

参考図表 1-1. 各基準における分類項目数、品目数、調査価格数

	1985 年基準	1990 年基準	1995 年基準	2000 年基準	2005 年基準
大類別	7	8	8	8	7
類　別	15	17	17	17	20
小類別	29	32	39	40	49
品　目	74	89	102	110	137
調査価格	2,413	2,780	2,963	3,050	3,426

注：基本分類指数ベース。調査価格数はいずれも基準改定時点。

参考図表 1-2. 各基準における分類編成の変遷

＜1985年基準＞

大類別	類　別
金融・保険	金融サービス
	保険サービス
不動産	不動産賃貸
運輸	陸上貨物輸送
	海上貨物輸送
	航空貨物輸送
	旅客輸送
	倉庫・運輸付帯サービス
情報サービス	情報サービス
通信	通信
広告	広告媒体料等
諸サービス	リース・レンタル
	建物・土木サービス
	法務・会計サービス
	産業廃棄物処理・下水道

＜1990年基準＞

大類別	類　別
金融・保険	金融サービス
	保険サービス
不動産	不動産賃貸
運輸	陸上貨物輸送
	海上貨物輸送
	航空貨物輸送
	旅客輸送
	倉庫・運輸付帯サービス
情報サービス	情報サービス
通信	通信
広告	広告媒体料
リース・レンタル	リース・レンタル
諸サービス	自動車・機械修理
	建物・土木サービス
	法務・会計サービス
	労働者派遣サービス
	産業廃棄物処理・下水道

＜1995年基準＞

大類別	類　別
金融・保険	金融サービス
	保険サービス
不動産	不動産賃貸
運輸	陸上貨物輸送
	海上貨物輸送
	航空貨物輸送
	旅客輸送
	倉庫・運輸付帯サービス
情報サービス	情報サービス
通信・放送	通信
	放送
広告	広告媒体料
リース・レンタル	リース・レンタル
諸サービス	産業廃棄物処理・下水道
	自動車・機械修理
	専門サービス
	その他諸サービス

＜2000年基準＞

大類別	類　別
金融・保険	金融
	保険
不動産	不動産賃貸
運輸	旅客輸送
	陸上貨物輸送
	海上貨物輸送
	航空貨物輸送
	倉庫・運輸付帯サービス
通信・放送	通信
	放送
広告	広告
情報サービス	情報サービス
リース・レンタル	リース・レンタル
諸サービス	下水道・産業廃棄物処理
	自動車・機械修理
	専門サービス
	その他諸サービス

＜2005年基準＞

大類別	類　別
金融・保険	金融
	保険
不動産	不動産賃貸
運輸	旅客輸送
	陸上貨物輸送
	海上貨物輸送
	航空貨物輸送
	倉庫・運輸付帯サービス
	郵便
情報通信	通信
	放送
	情報サービス
	インターネット附随サービス
	新聞・出版
広告	広告
リース・レンタル	リース・レンタル
諸サービス	下水道・廃棄物処理
	自動車整備・機械修理
	専門サービス
	その他諸サービス

注：シャドーは、前基準からの変更箇所。

参考図表 1-3. 各基準の概要

1985 年基準	・ 7 大類別（金融・保険、不動産、運輸、情報サービス、通信、広告、諸サービス）で構成。 ・ サービス取引価格の実勢を取り込むことを企図し、実際の取引価格のほか、様々な価格調査方法を採用。 ―― 標準価格、平均価格、モデル価格（定価×平均改定率）、労働時間当たり単価、料率×インフレーターを採用。 ・ 四半期指数公表
1990 年基準	・ 大類別「諸サービス」に属していた「リース・レンタル」を分離し、大類別として新設。 ・ 大類別「諸サービス」に、類別「自動車・機械修理」、「労働者派遣サービス」を新設。 ・ 大類別「運輸」、「通信」、「リース・レンタル」において、採用品目を拡充（既存品目の分割）。 ・ 月次指数公表に移行。
1995 年基準	・ 類別「放送」を新設し、大類別「通信」を「通信・放送」に拡充。 ・ 大類別「金融・保険」、「通信・放送」、「諸サービス」において、採用品目を拡充（新規採用、既存品目の分割）。 ―― 対象範囲の拡大に伴い、大類別「諸サービス」の類別を編成替え。 ・ サービス取引価格の多様化に対して、価格調査方法を工夫。 ―― 類別「通信」における割引制度の浸透に対応するため、平均割引率を利用。 ―― 価格差別に対応するため、品目「労働者派遣サービス」等において平均価格の採用を拡充。 ―― 類別「金融」に、料率×インフレーターを導入。 ・ 年 2 回の定期遡及訂正を導入。
2000 年基準	・ 大類別「金融・保険」、「運輸」、「広告」、「情報サービス」等において、採用品目を拡充（新規採用、既存品目の分割）。 ・ サービス取引価格の多様化に対して、価格調査方法を工夫。 ―― 価格差別に対応するため、類別「陸上貨物輸送」等では料金表等の標準価格を実際の取引価格に変更。類別「広告」等では平均価格の採用を拡充。また、類別「旅客輸送」ではモデル価格（複数の需要者を想定）を導入。 ―― オーダーメード・サービスに対応するため、品目「受託開発ソフトウェア」等において労働時間当たり単価（平均人月単価）を導入。 ・ 新規品目「外航貨物用船料」に、外部データを採用。 ・ 速報・確報体制の導入。

Ⅱ．企業向けサービス価格指数の 2005 年基準改定について

1．改定の趣旨

日本銀行が作成する物価統計は、府省庁など政府が作成する経済統計同様に、5 年に一度の頻度で、基準改定を行っている[1]。企業向けサービス価格指数については、前回の 2000 年基準改定以来、5 年が経過し、ウエイトデータの基礎となる 2005 年『産業連関表』が公表されたことを受けて、このほど基準時およびウエイト算定年次を 2005 年に更新し、新指数を公表した。

2．改定方針（⇒III.①、②、③、⑤参照）

(1) 新規品目の積極的な採用と既存品目における調査対象サービスの見直し

ＩＴ化の進展やアウトソーシングの拡大などに伴う新サービス出現や既存サービスの多様化に対応して指数精度を向上させるため、①新規品目を積極的に採用するほか、②既存品目における調査対象サービスの構成を市場の実勢に合致するように見直した。さらに、③官公庁向け需要が多い品目では、一般競争入札拡大に伴って下落傾向の目立つ官公庁向け価格を数多く取り込んだ。

(2) 価格調査方法・品質調整方法の工夫

①価格設定の多様化に対しては、複数の需要者を想定したモデル価格あるいは平均価格を採用して、その価格の実勢を捉える。②反復取引が行われない個別性の強いサービスであるオーダーメード・サービスについては、品質を固定した価格調査が容易ではないなど物価統計作成面で困難が伴うが、特定のサービスを想定したモデル価格、平均価格、労働時間当たり単価（人月単価）などの価格調査方法を用いて、サービス価格の実勢を捉える。③品質が時間とともに変化するサービスに対しては、品質の変化に関する時系列情報を用いた品質調整を行い、品質バイアスを補正する。

(3) 報告者負担の軽減とユーザー・サービスの向上

報告者負担を軽減するため、①外部データ（国・地方自治体等の作成統計や民間のデータベース）を調査価格として積極的に採用した。また、ユーザー・サービスを向上させるため、②「総平均（除く国際運輸）」など参考系列・参考指数の新規公表、③長期時系列データ（接続指数）の提供系列の品目レベルまでの拡充、ならびに、④定期遡及訂正の実施時期の変更を行った。

---

[1] 5 年毎に基準改定を行う方針については、1981（昭和 56）年 3 月の統計審議会答申「指数の基準時及びウエイト時の更新について」において、政府統計を対象に、恣意的な基準改定を避ける趣旨から、指数統計の基準時とウエイトの改定は 5 年間隔で行う（基準時およびウエイト算定時は、原則として西暦年の末尾が 0 または 5 のつく年とする）との指針が示されたことを受けている。

3．改定の主な内容

(1) 分類編成

大類別については、2000 年基準の 8 類別から 7 類別へと 1 類別削減した。これは、第 11 回『日本標準産業分類』（2002 年 3 月）の変更に対応して、大類別「通信・放送」「情報サービス」を統合し、「情報通信」としたことによるものである。

類別については、大類別「情報通信」の下に「インターネット附随サービス」「新聞・出版」を新設するほか、従来、類別「通信」に含まれていた「郵便」を類別として独立させ、大類別「運輸」の下に位置付けた。これは、郵便事業と陸上貨物輸送との競合・業務提携が進んでいる実態を踏まえ、いち早く第 12 回『日本標準産業分類』（2007 年 11 月）の趣旨を取り込んだことによるものである。その結果、類別数は 2000 年基準の 17 類別から 20 類別へ 3 類別増加した。

(2) 採用品目数と調査価格数

（採用品目数）

2005 年基準指数の採用品目数は 137 品目と、2000 年基準指数の 110 品目から 27 品目増加した（図表 1(1)）。1990 年基準改定（＋15 品目）、1995 年基準改定（＋13 品目）、2000 年基準改定（＋8 品目）のいずれも上回り、企業向けサービス価格指数創設以来、最大の品目増加数となった。

新規品目は 15 品目と過去最大となった。これは、ＩＴ化の進展、アウトソーシングの拡大に伴って取引が増加している新サービスを取り込んだほか、価格調査が困難なため従来採用を見送っていたサービスを、価格調査方法の工夫により新たに取り込んだことによる。この結果、新規品目が占めるウエイト（総平均＝1000）は 95.6 と 1990 年基準改定に次いで過去 2 番目の大きさとなった。

品目分割による品目増加数は 13 品目（既存 11 品目→24 品目へ分割）と過去最大である。取引が増加している新サービスを取り込んだことに伴うもののほか、既存品目内の調査対象サービスの見直しを行い、調査価格の構成が実勢に近づき指数精度が向上したことから、品目を分割したものも多くなっている。

（カバレッジ）

総務省『平成 17 年産業連関表』によると、企業向けサービスの総取引額は 239 兆円に達している。そのうち 2005 年基準指数での採用品目の取引額は 119 兆円であり、採用カバレッジ（採用サービスの取引額／企業向けサービスの総取引額）は 49.7%となっている（図表 1(2)）。新規品目を積極的に採用したことから、2000 年基準指数の 46.4%よりも 3.3%上昇した。企業向けサービス価格指数創設時の採用カバレッジは 40.0%であったため、20 年間で約 10%上昇したことになる。

（調査価格数）

2005 年基準指数の調査価格数は 3,463 と 2000 年基準指数（3,086）から 377 増加した（図表 1(3)）。これは、新規品目の採用、サービスにおける価格設定の多様化や、オーダーメード・サービスの広がりなどサービスの多様化に対応して、指数精度を確保するために調査価格を積み増したことによるものである。調査価格数の増加も過去最大となっている（図表 1(4)）。もっとも、今回の基準改定では、外部データを積極的に採用して 140 積み増すことで、調査先企業からご回答いただく価格数の増加を 237 にとどめ、調査先企業の回答負担に配慮している。

（3）2005 年基準指数の動向

新旧指数が重複して作成される 2005 年１月～2009 年７月の期間（以下、重複期間）における新旧基準の指数推移について比較してみると、概要、次のような点が確認される。

（総平均指数）

○2005 年基準指数の前年比は、2000 年基準指数と比べ、変動が幾分緩やかであるほか、前年比の直近ピーク時期が、2008 年 8 月（前年比＋1.7%）まで後ずれしている（図表 7）。

—— 2005 年基準指数の前年比は、2006 年初以降マイナス幅が徐々に縮小し、2007 年初めにプラス転化。2008 年 9 月以降急落し、足許までマイナスで推移（2009 年 7 月：▲3.4%）。

—— 2007 年中の上昇局面では、2005 年基準指数の上昇率は 2000 年基準指数と比べて小さめとなったほか、2008 年後半以降の下落局面でも、2005 年基準指数の下落率は、2000 年基準指数対比小幅（前年比の乖離幅：2009 年 1～7 月平均＋0.3%ポイント）。

○新旧基準指数間の前年比の乖離を、「国際運輸」（9 品目）と「総平均（除く国際運輸）」で寄与度分解すると、変動が大きい「国際運輸」の寄与が大きい（図表 8）。

—— 2007 年中の新旧基準指数前年比の乖離▲0.9%ポイントのうち、「国際運輸」の寄与は▲0.5%ポイント。

○新旧基準指数間の前年比の乖離を、①ウエイト効果、②リセット効果、③新規品目効果、④品目指数改定効果で寄与度分解すると、②リセット効果、④品目指数改定効果の寄与が大きい。

—— 「不定期船」では、リセット効果により、ピーク時の指数水準が 180 程度に低下（2000 年基準指数では 260 程度）。また、「外航貨物用船料」では、短期用船と比べて価格変動が小さい、長期用船のサービス構成比率が上昇

（品目指数改定効果）。両者の効果は、全体として、2005 年基準指数前年比の変動を緩やかなものとする方向に寄与。

（総平均（除く国際運輸）指数）

○2005 年基準指数の前年比は、2000 年基準指数と比べ、概ね低水準で推移しているほか、足許乖離幅が拡大している（図表 9）。また、総平均指数同様、前年比の直近ピーク時期が、2008 年８月（前年比＋0.3%）まで後ずれしている。

―― 2005 年基準指数の前年比は、2006 年末にかけてマイナス幅が縮小し、2007 年末からプラス転化。2008 年末から下落に転じ、2009 年７月には下落率が▲1.2%まで拡大。

―― 2006～2007 年中、月次で最大▲0.8%ポイント程度下方改定。2008 年の改定幅はほぼゼロとなったものの、2009 年入り後、再び下方改定幅が拡大（2009 年１～７月平均：▲0.4%ポイント、2009 年７月：▲0.4%ポイント）。

○新旧基準指数間の前年比の乖離を、①ウエイト効果、②リセット効果、③新規品目効果、④品目指数改定効果で寄与度分解すると、④品目指数改定効果の寄与が大きくなっている（図表 10）。

―― 品目指数改定効果は、2008 年初までは一貫して下方改定に寄与。その後 2008 年中は縮小したものの、2009 年入り後下方改定の寄与が再び拡大。今回の基準改定では、多くの品目で調査対象サービスや価格調査方法の見直しを行っており、品目指数改定効果が他の効果と比べて大きいのが特徴。

―― ウエイト効果は＋0.1%ポイント程度上方改定に、リセット効果は▲0.2%ポイント程度下方改定に、いずれも期間を通じて安定的に寄与。

―― 新規品目効果も、2008 年中は＋0.2%ポイント程度上方改定に寄与。

イ）新規品目効果（図表 11）

・「プラントエンジニアリング」の大幅上昇が大きくプラスに寄与したほか、最近では「ホテル宿泊サービス」の下落がマイナスに寄与。

ロ）品目指数改定効果（図表 12）

・数多くの既存品目を対象に、i）調査対象サービスの見直し、ii）官庁入札価格の取り込み、iii）価格調査方法の見直しを実施した結果、寄与度が拡大。

i）調査対象サービスの見直し（図表 13、14）

・2006 年中は若干上方改定に、2007 年中は▲0.1%ポイント程度下方改定に寄与。内訳をみると、「駐車場賃貸」「火災保険」などが一貫して上方改定に寄与するなか、「機械修理」が 2007 年度中、大きく下方改定に寄与。2008 年以降は、各品目の寄与がほぼ相殺。

ii）官庁入札価格の取り込み（図表 15）

・国や地方自治体での一般競争入札の拡大に伴い、官公庁向け価格が下落傾向にあることを映じ、2007 年を中心に▲0.05～0.1%ポイント程度下方改定に寄与。

iii）価格調査方法の見直し（図表 16～20）

・2007 年後半～2008 年前半を除き、概ね下方改定に寄与。品目別では、「有料道路」「携帯電話・ＰＨＳ」が多くの時期で下方改定に寄与したほか、2007 年中は「受託開発ソフトウェア」「建築設計」が、2008 年秋以降は「受託開発ソフトウェア」に加え、「新聞広告」が下方改定に寄与。「テレビ広告」は、期間中ほぼ＋0.1%ポイント程度の上方改定への寄与。

・各品目における価格調査方法の見直し内容は、以下のとおり。

a）料金設定が多様なサービス：「有料道路」「携帯電話・ＰＨＳ」「新聞広告」

・「有料道路」「携帯電話・ＰＨＳ」では、利用日時や需要量などによって価格設定が多様化していることから、価格調査方法として「複数の需要者を想定したモデル価格」を採用。

・「新聞広告」では、取引相手先や取引条件の違いによって値引きが多様化していることから、平均価格による価格調査を拡充。

b）オーダーメード・サービス：「建築設計」「受託開発ソフトウェア」

・「建築設計」「受託開発ソフトウェア」といったオーダーメード・サービスにおいては、一度提供された同一のサービスが繰り返し提供されないため、サービス内容や取引相手先を指定して継続的に価格調査することが困難。このため、価格調査方法として、多様なサービスを想定したモデル価格、平均価格、人月単価（労働時間当たり単価）を採用。

c）品質が時間とともに変化するサービス：「テレビ広告」

・「テレビ広告」（うちスポットＣＭ）のように、品質が時間とともに変化するサービスについては、品質に関する時系列情報を用い、品質の変化分を補正。

（パーシェ・チェック）

パーシェ・チェックの結果をみると[2]、2005 年では、パーシェ指数の方が固定基準ラスパイレス指数に比べ▲5.0%低くなっている。両指数の乖離幅は過去の結果（1990 年：▲3.1%、1995 年：▲1.3%、2000 年：▲3.0%）と比較しても大きめの値となっている。これは、①2000 年から 2005 年にかけてのウエイトの変化が大きめであったほか、②海運市況の上昇を受けて「外航貨物輸送」「外航貨物用船料」の指数が大幅に上昇する一方、パソコンなど物件価格の低下から「リース」の指数が大きく下落するなど品目間の指数のばらつきが増加したこと、を反映している。

対象年次	固定基準ラスパイレス指数 ウエイト算定年次	パーシェ指数 ウエイト算定年次	乖離率
1990年	1985年	1990年	▲3.1%
1995年	1990年	1995年	▲1.3%
2000年	1995年	2000年	▲3.0%
2005年	2000年	2005年	▲5.0%

注：乖離率は、（パーシェ指数－固定基準ラスパイレス指数）÷固定基準ラスパイレス指数×100により算出。

[2] パーシェ・チェックとは、ウエイトを基準時に固定する「固定基準ラスパイレス指数算式」による指数が、どの程度歪みをもたらしているかをチェックすることを目的に、事後的にパーシェ指数を算出して、固定基準ラスパイレス指数との乖離を点検する手法。なお、パーシェ指数は、固定基準ラスパイレス指数算式で計算された 2000 年基準の品目指数に 2005 年基準ウエイトを適用することで算出している。

（図表　1）

採用品目数／採用カバレッジ／調査価格数

（1）採用品目数

① 2005年基準の品目改廃

2005年基準	2000年基準	品目の増減数				
		合計	新規	廃止	分割	統合
137	110	27	15	0	13	▲1

②採用品目数の推移

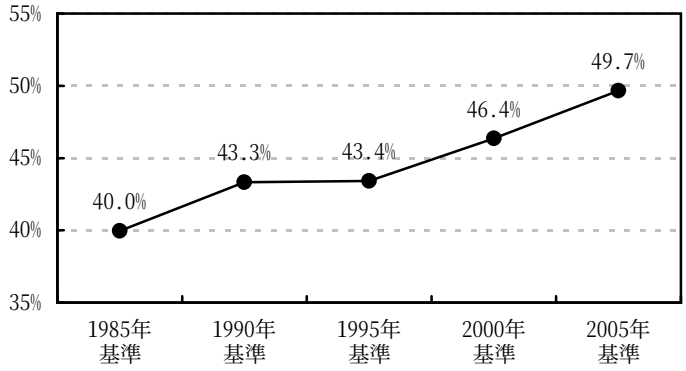
	1985年基準	1990年基準	1995年基準	2000年基準	2005年基準
大類別	7	8	8	8	7
類　別	15	17	17	17	20
小類別	29	32	39	40	49
品　目	74	89	102	110	137

（2）採用カバレッジ

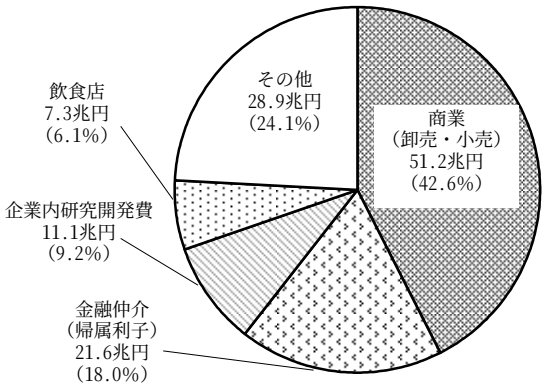
① 2005年基準ＣＳＰＩ採用カバレッジ

企業向けサービスの総取引額	ＣＳＰＩ採用サービスの取引額	ＣＳＰＩ非採用サービスの取引額
238.6兆円（100%）	118.5兆円（49.7%）	120.1兆円（50.3%）

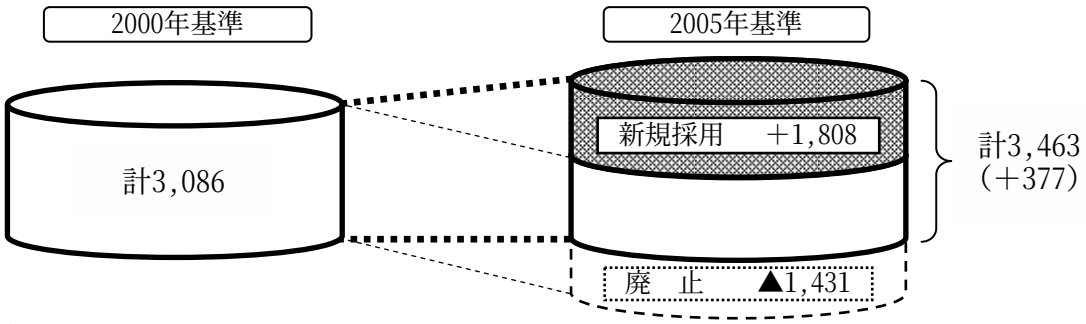
② ＣＳＰＩ採用カバレッジ



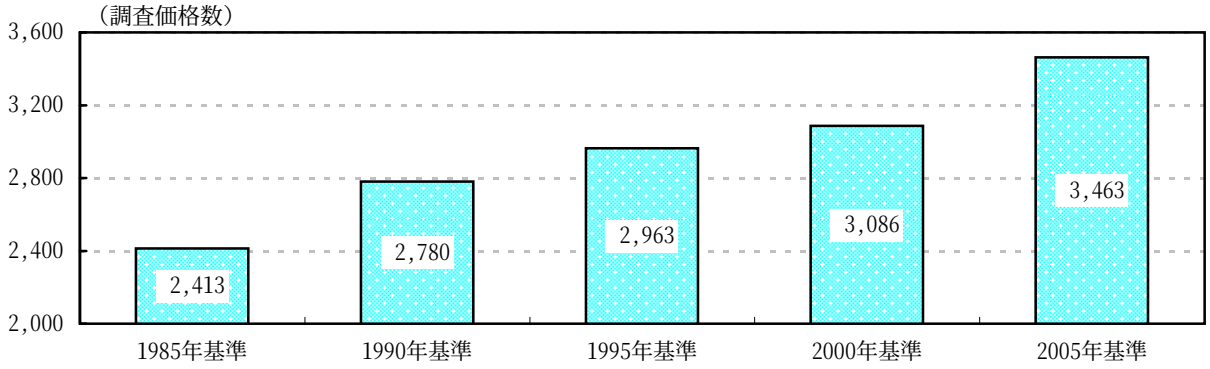
③ 2005年基準ＣＳＰＩ非採用サービスの内訳



（3）調査価格数の変化



（4）調査価格数



（注）調査価格数は、1995年基準以前は基本分類ベース、2000年基準以降は参考指数を含むベース。いずれも基準改定時点。
（資料）総務省「産業連関表」ほか

（図表　２）

価格調査方法

・調査価格は、需給を反映した価格を捕捉できるよう、原則として、調査対象商品の内容、取引相手先、取引条件などを固定した「実際の取引価格」を、継続的に調査している。
・ただし、価格設定が多様化している商品や、内容の個別性が強い商品(オーダーメード・サービス)については、取引実態に応じて、代替的な価格調査方法を採用している。

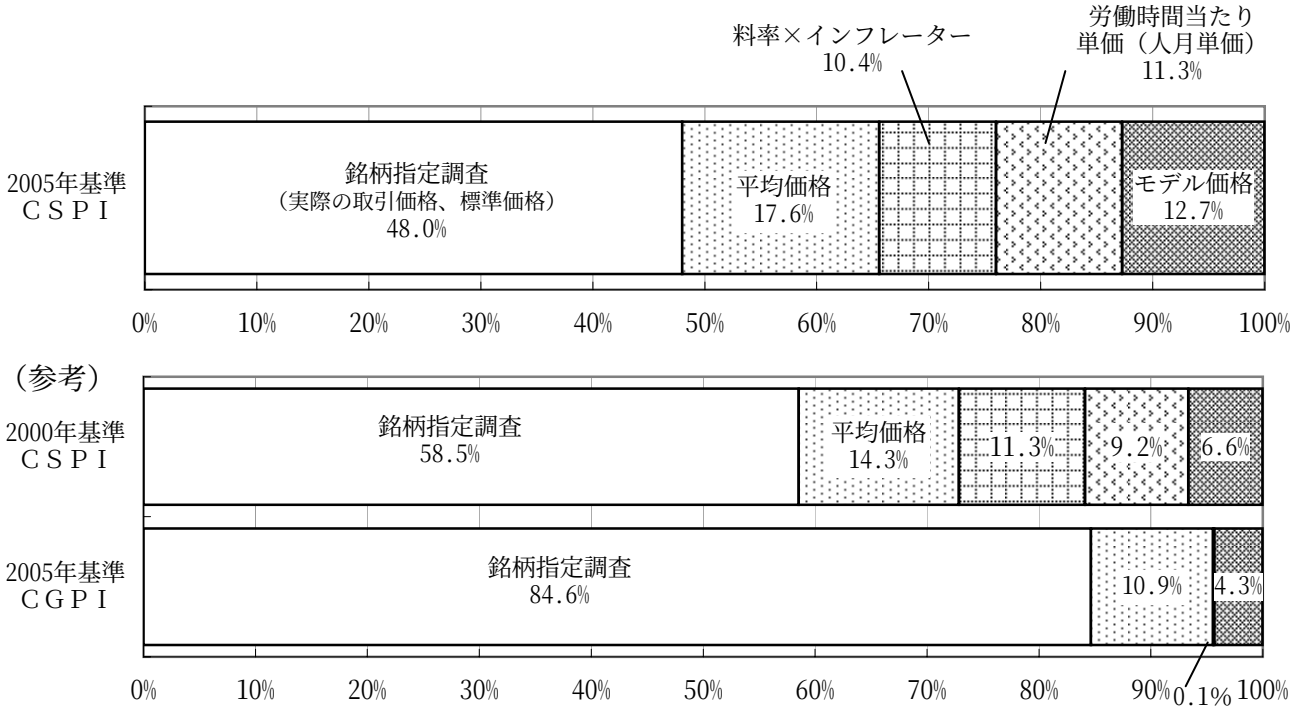
○ 調査価格の種類とＣＳＰＩへの適用

調査価格の種類	内　　容	ＣＳＰＩの適用例
銘柄指定調査 （実際の取引価格、標準価格）	商品内容や取引条件を特定した実際の取引価格や、取引において目安とされる標準的な価格を調査。	内国為替手数料 店舗賃貸 鉄道旅客輸送 貸切貨物輸送 普通倉庫 屋外広告 産業廃棄物処理 税理士サービス
平均価格	品質一定の条件を損なわない範囲で、商品内容、あるいは取引相手先や取引条件の異なる複数の取引をグルーピングして売上高を集計し、合計販売数量で除した平均価格を調査。	事務所賃貸 駐車場賃貸 ＷＡＮサービス 新聞広告 雑誌広告 建築設計 労働者派遣サービス ホテル宿泊サービス
モデル価格	＜複数の需要者を想定＞ 価格設定が多様化しているサービスについて、価格変動のばらつきが大きい属性（利用条件、需要量など）の異なる複数の需要者を想定し、それぞれの需要者にとっての最安値を、需要者のウエイトで平均した価格を調査。	自動車保険（自賠責） 国際航空旅客輸送 国内航空旅客輸送 有料道路 携帯電話・ＰＨＳ
	＜サービスを想定＞ オーダーメード・サービスについて、仮想的な取引（サービス内容、取引相手先、取引条件）を設定し、その条件でサービスを提供する場合の見積もり価格を調査。	車検・定期点検・一般整備 機械修理（除電気機械器具） 建築設計 土木設計 プラントエンジニアリング
労働時間当たり単価 （人月単価）	労働投入量（作業人月数）が品質に比例するとみなし得るサービスについて、労働時間当たりの単価を調査。	受託開発ソフトウェア システム等管理運営受託 弁護士サービス 公認会計士サービス 建築設計 警備（除機械警備） テレマーケティング
料率×インフレーター	名目取引金額に対する料率で価格が表示されるサービスについて、料率に適当な価格指数（インフレーター）を乗じ、従量制に変換した価格を調査。	証券委託手数料 カード加盟店手数料 火災保険 自動車保険（任意） 海上・運送保険 インターネット附随サービス 産業機械リース

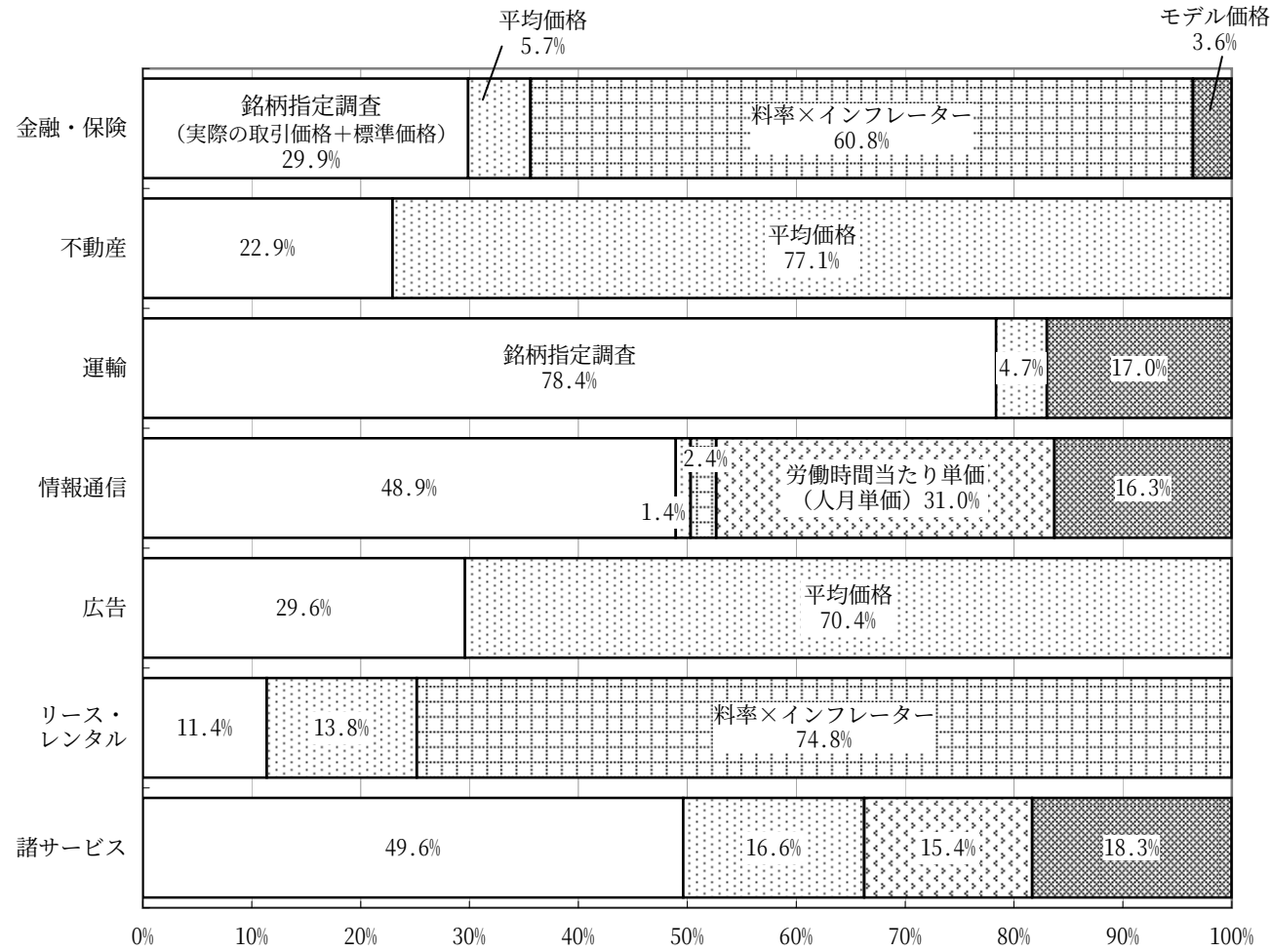
（図表　３）

調査価格の種類

（１）調査価格の使用状況



（２）2005年基準ＣＳＰＩの内訳（大類別ベース）



（注）ウエイトベースで集計（2009年9月時点）。

（図表　４）

外部データの利用拡大

類別／小類別	品目（2005年基準）	対象サービス	属性情報	出　所
保険				
	自動車保険（自賠責）	自家用乗用車	離島以外の地域（沖縄県を除く）の「基準料率」	損害保険料率算出機構
		軽自動車（検査対象車）		
		営業用普通貨物車（２トン超）		
		自家用普通貨物車（２トン超）		
		自家用小型貨物車		
旅客輸送				
	国際航空旅客輸送（北米方面）	航空運賃（航路、座席、航空会社特定）	IATA運賃、航空会社別運賃の日次データ	データ提供会社
	国際航空旅客輸送（欧州方面）			
	国際航空旅客輸送（アジア・オセアニア方面）			
海上貨物輸送				
	不定期船	スポット運賃（貨物、船型、航路特定）	月中平均値	(有)トランプデータサービス、マリンネット(株)
	外航タンカー	スポット運賃（貨物、船型、航路特定）	月中平均値	マリンネット(株)
	外航貨物用船料	短期用船料（船型、航路特定）	月中平均値	(有)トランプデータサービス
		長期用船料（契約期間、船型特定）	月中平均値	マリンネット(株)
土木建築サービス				
	建築設計	設計監理業務（業務施設）	予定価格：標準的な人日数×技術者単価	国土交通省
			落札率：月中の平均落札率	国・地方自治体のホームページ
	土木設計	設計業務等（道路、橋梁、河川・砂防）	予定価格：標準的な人日数×技術者単価	国土交通省
			落札率：月中の平均落札率	国・地方自治体のホームページ
	測量	測量業務（基準点、路線、用地）	予定価格：標準的な人日数×技術者単価	国土交通省
			落札率：月中の平均落札率	国・地方自治体のホームページ

参考系列・参考指数の新設

（1）参考系列「総平均（除く国際運輸）」「国際運輸」

① 新設の背景

日本銀行『金融経済月報』掲載の
「総平均（除く海外要因）」に対する
高いユーザー・ニーズ

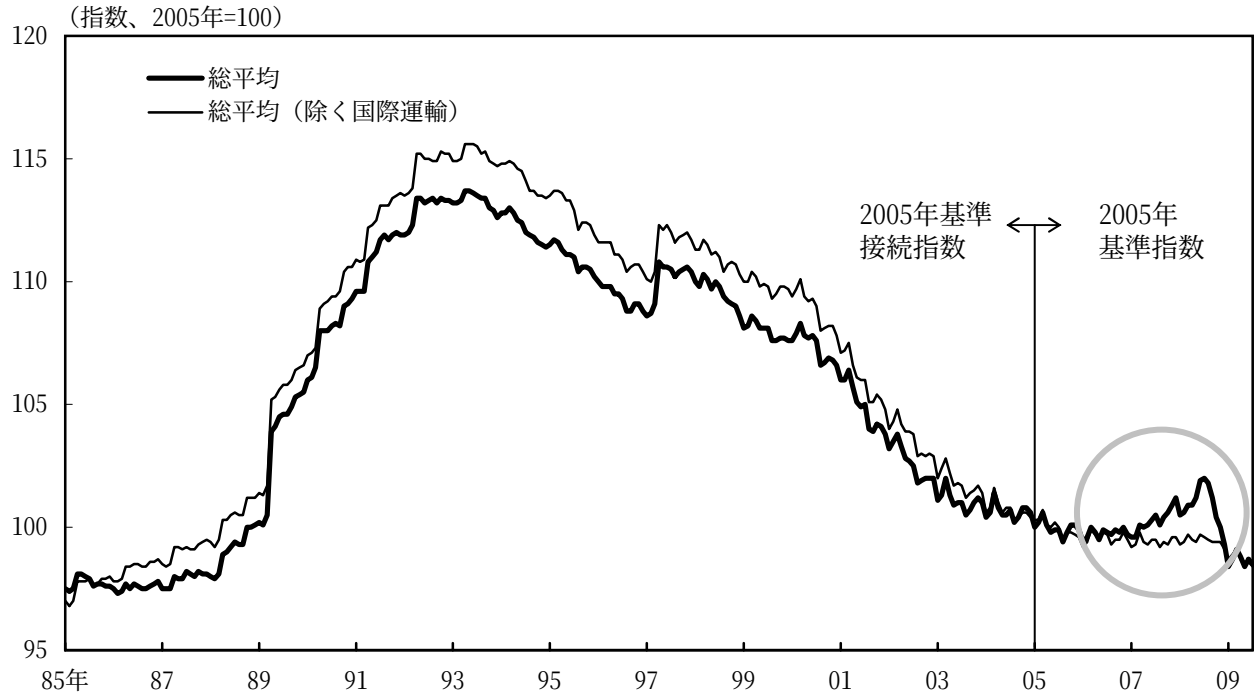
→

・参考系列として新設
・「海外要因」を「国際運輸」に名称変更

② 「国際運輸」の構成品目

2005年基準			2000年基準		1995年基準		1990年基準		1985年基準	
類　別	品　目	ｳｴｲﾄ	品　目	ｳｴｲﾄ	品　目	ｳｴｲﾄ	品　目	ｳｴｲﾄ	品　目	ｳｴｲﾄ
旅客輸送	国際航空旅客輸送（北米方面）	0.9	国際航空旅客輸送	5.0	国際航空旅客	5.2	国際航空旅客	16.2	国際航空旅客	5.4
	国際航空旅客輸送（欧州方面）	1.8								
	国際航空旅客輸送（アジア・オセアニア方面）	2.6								
海上貨物輸送	定期船	2.7	定期船	2.4	定期航路	2.6	定期航路	3.3	定期航路	4.4
	不定期船	11.2	不定期船	12.0	不定期航路	10.0	不定期航路	11.2	不定期航路	18.9
	外航タンカー	8.4	外航タンカー	6.3	外洋タンカー	5.8	外洋タンカー	6.1	タンカー	10.7
	外航貨物用船料	9.4	外航貨物用船料	7.2						
航空貨物輸送	国際航空貨物輸送	4.6	国際航空貨物輸送	4.0	国際航空貨物	3.4	国際航空貨物	2.7	国際航空貨物	3.0
郵　便	国際郵便	0.6								
《参考系列》国際運輸		42.2		36.9		27.0		39.5		42.4

（2）「総平均」と「総平均（除く国際運輸）」の指数



接続指数の拡充

（１）接続指数作成の基本方針

① 接続指数の作成方法

・新基準の系列に、対象範囲が同一の過去基準の系列を対応させ、新・旧基準指数を接続する。
　―― 基準改定ごとの品目改廃に応じ、対応させる過去基準の系列の組替えを実施。

（リンク係数）

$$\text{2005年基準接続指数} = \text{2000年基準指数} \times \frac{\text{2005年基準の2005年平均指数}(=100)}{\text{2000年基準の2005年平均指数}}$$

：

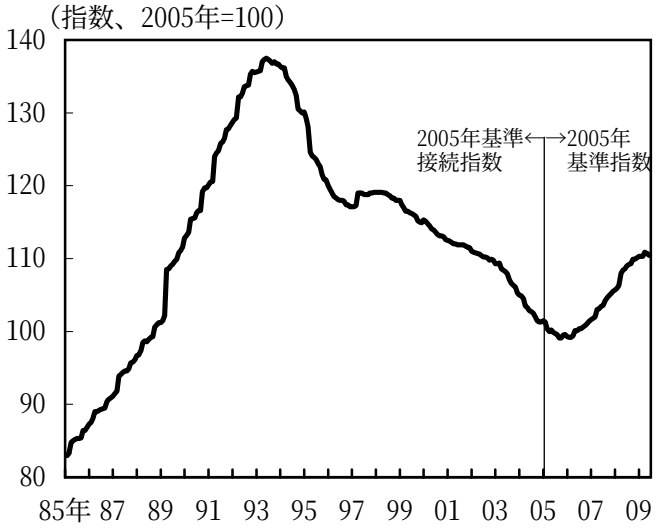
$$\text{2005年基準接続指数} = \text{1985年基準指数} \times \frac{\text{1990年基準の1990年平均指数}(=100)}{\text{1985年基準の1990年平均指数}} \times \cdots \times \frac{\text{2005年基準の2005年平均指数}(=100)}{\text{2000年基準の2005年平均指数}}$$

② 作成系列の拡充

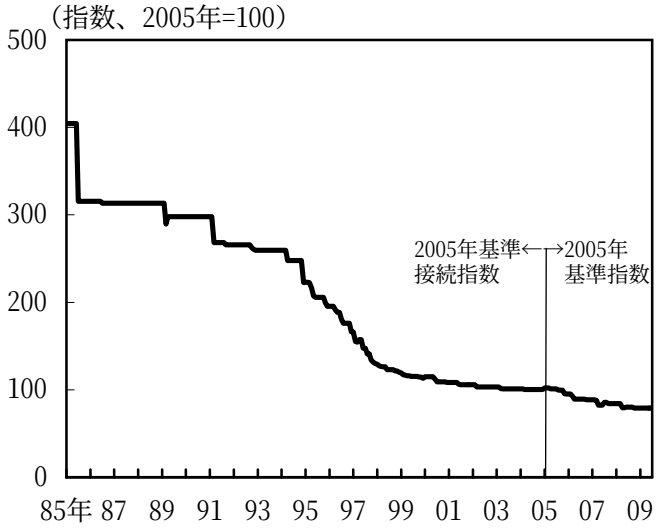
類別以上の上位分類（計30系列） ⇒ **品目以上の全系列（計186系列）**
※対象範囲が同一の系列がないものを除く。

（２）指数

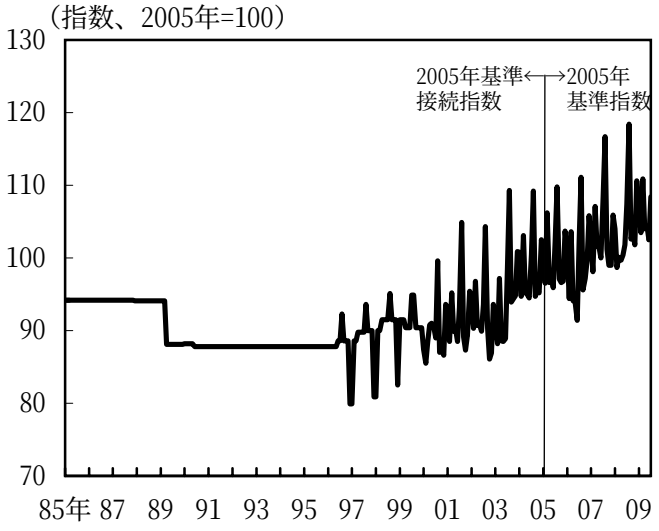
① 品目「事務所賃貸（東京圏）」



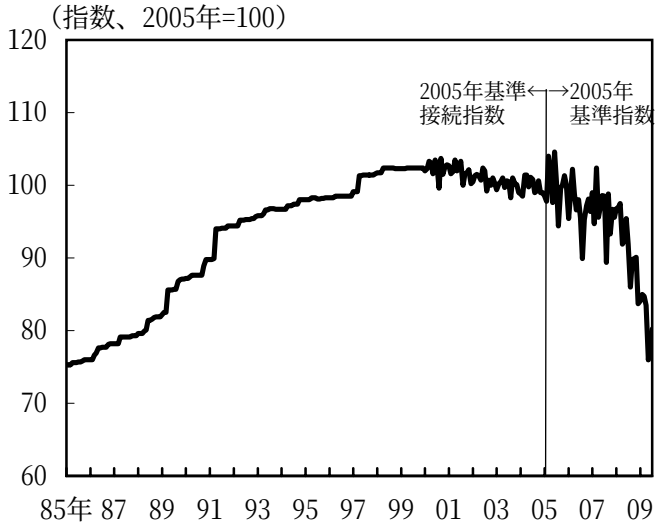
② 品目「携帯電話・ＰＨＳ」



③ 品目「国内航空旅客輸送」

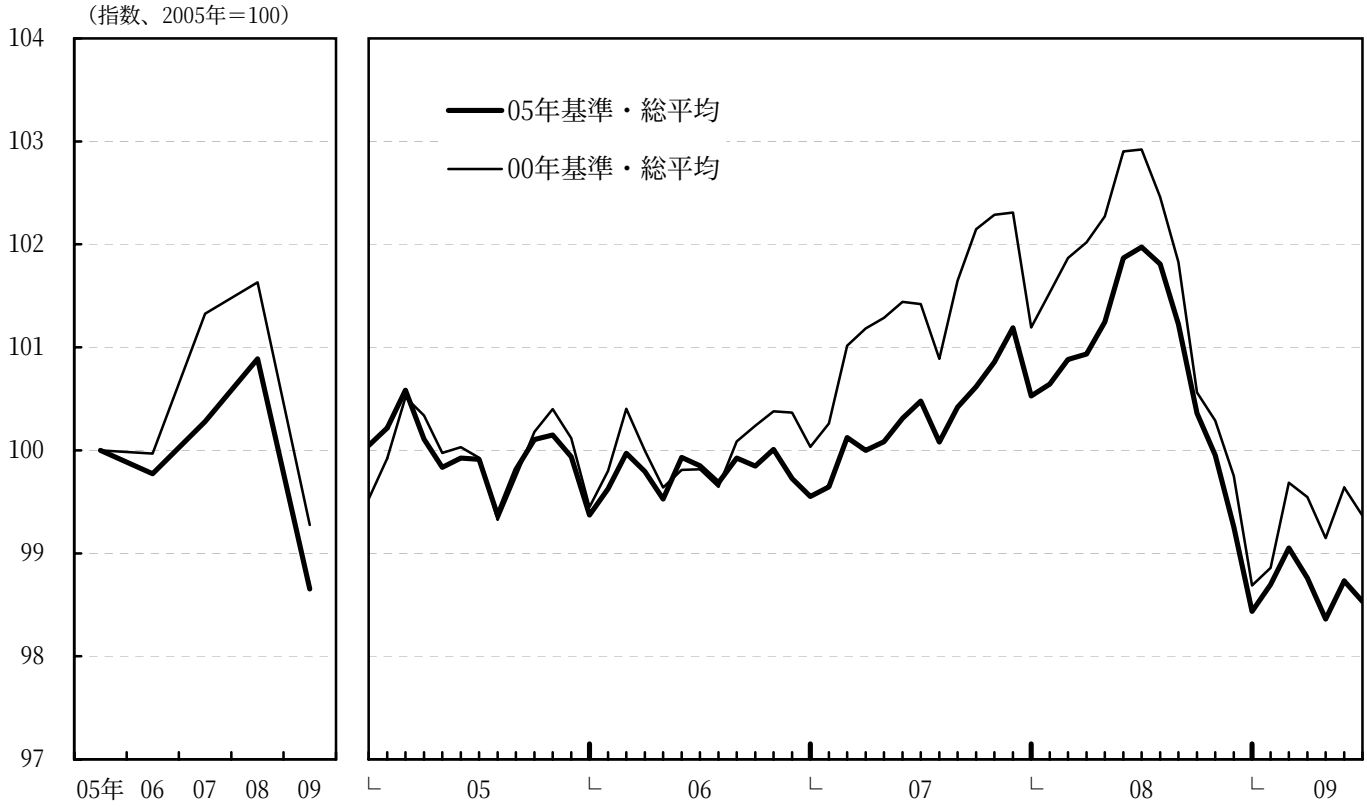


④ 品目「新聞広告」

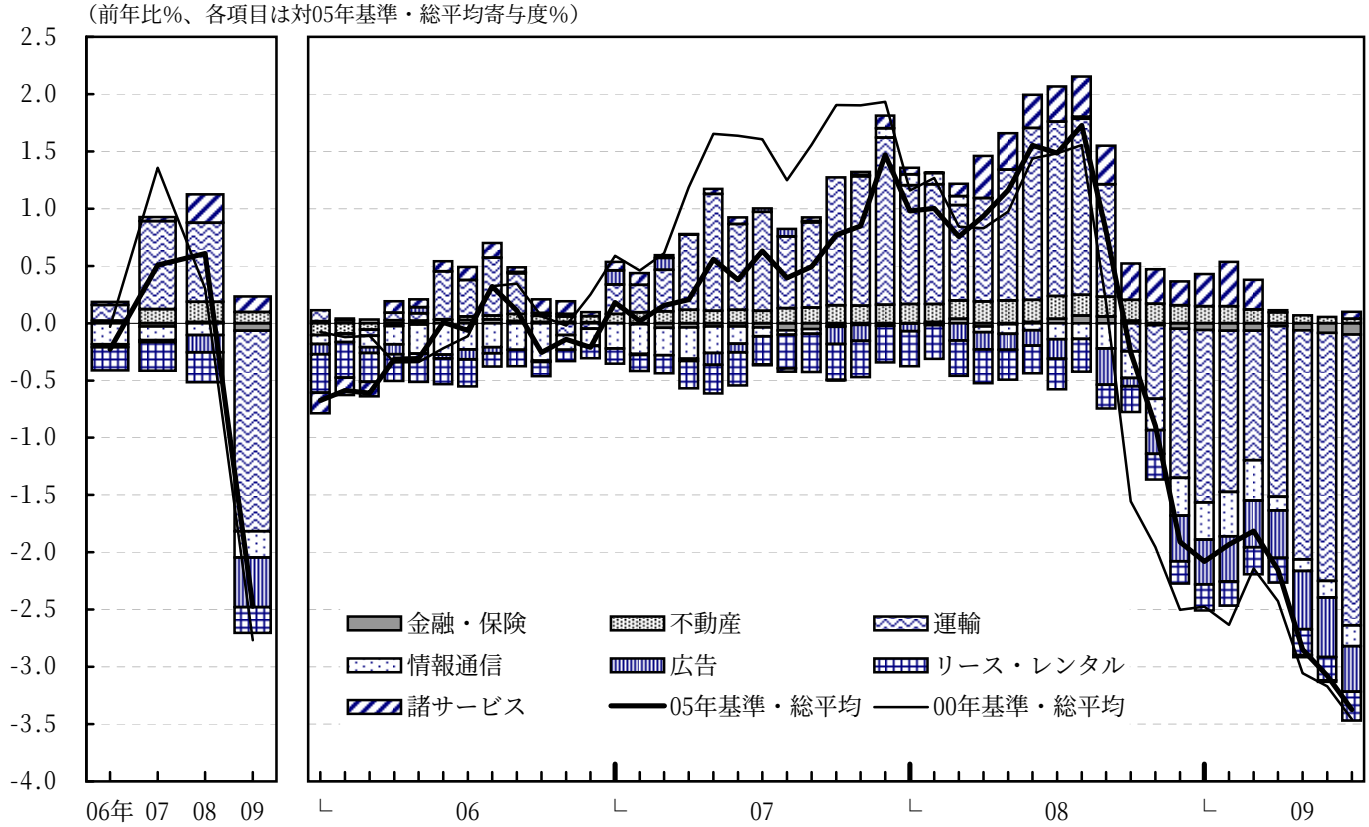


総平均（1）：指数、前年比

（1）指数



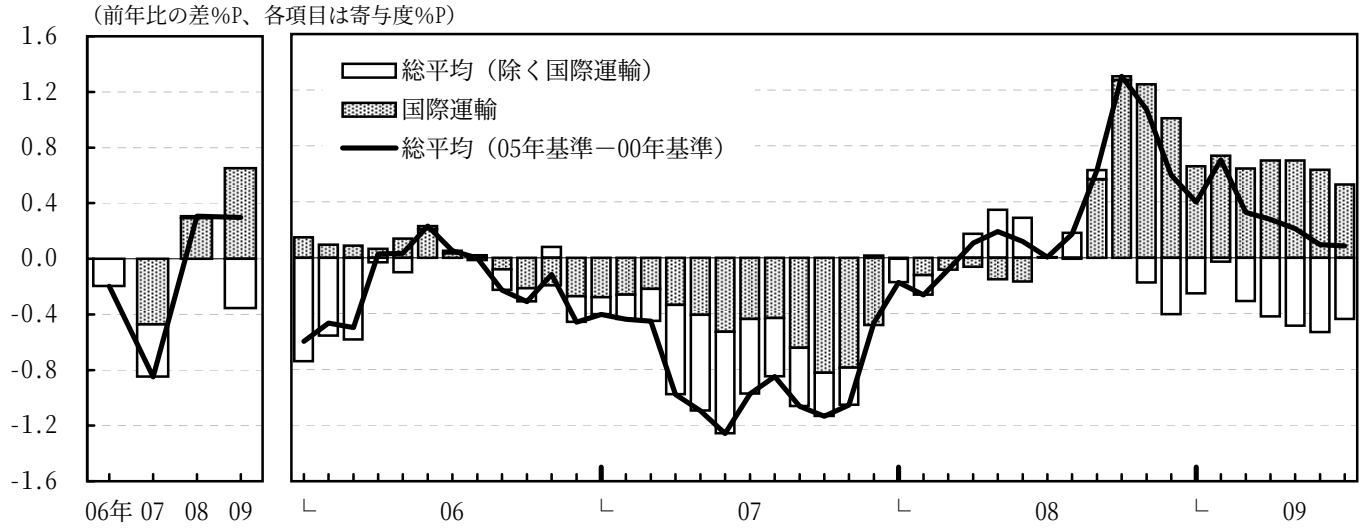
（2）前年比



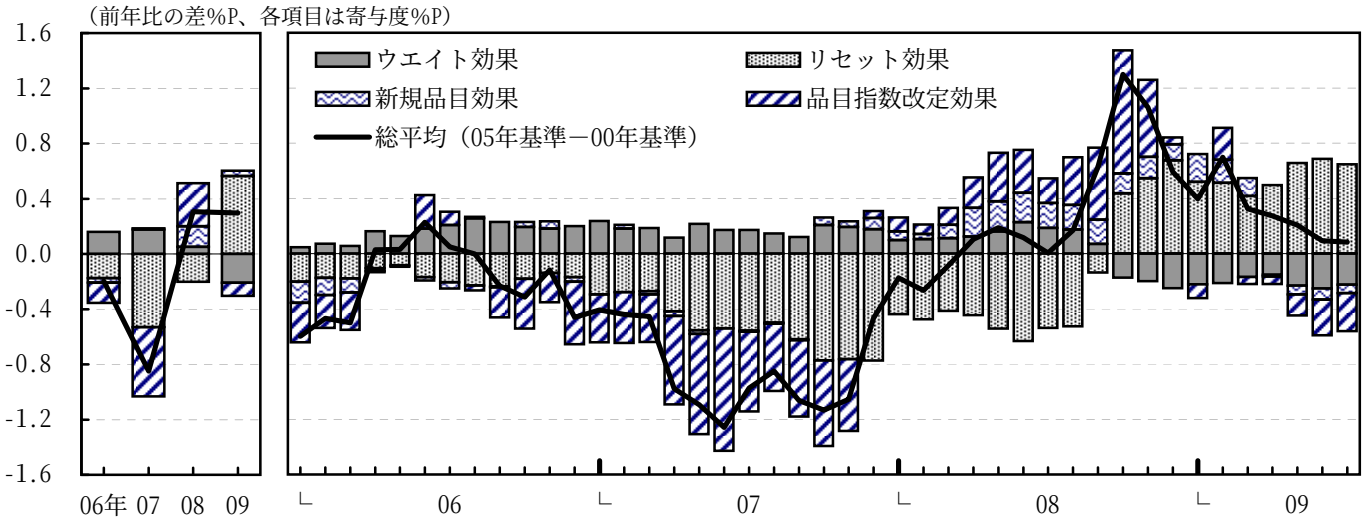
（注）1.2000年基準指数は、2005年＝100に換算したもの（以降の図表も同様）。
2.指数の09年は、09/1-7月指数の平均（以降の図表も同様）。
3.前年比の09年は、08/1-7月指数の平均と09/1-7月指数の平均の比較（以降の図表も同様）。

総平均（2）：新旧基準・前年比の差

（1）「国際運輸」「総平均（除く国際運輸）」・寄与度分解



（2）要因別・寄与度分解



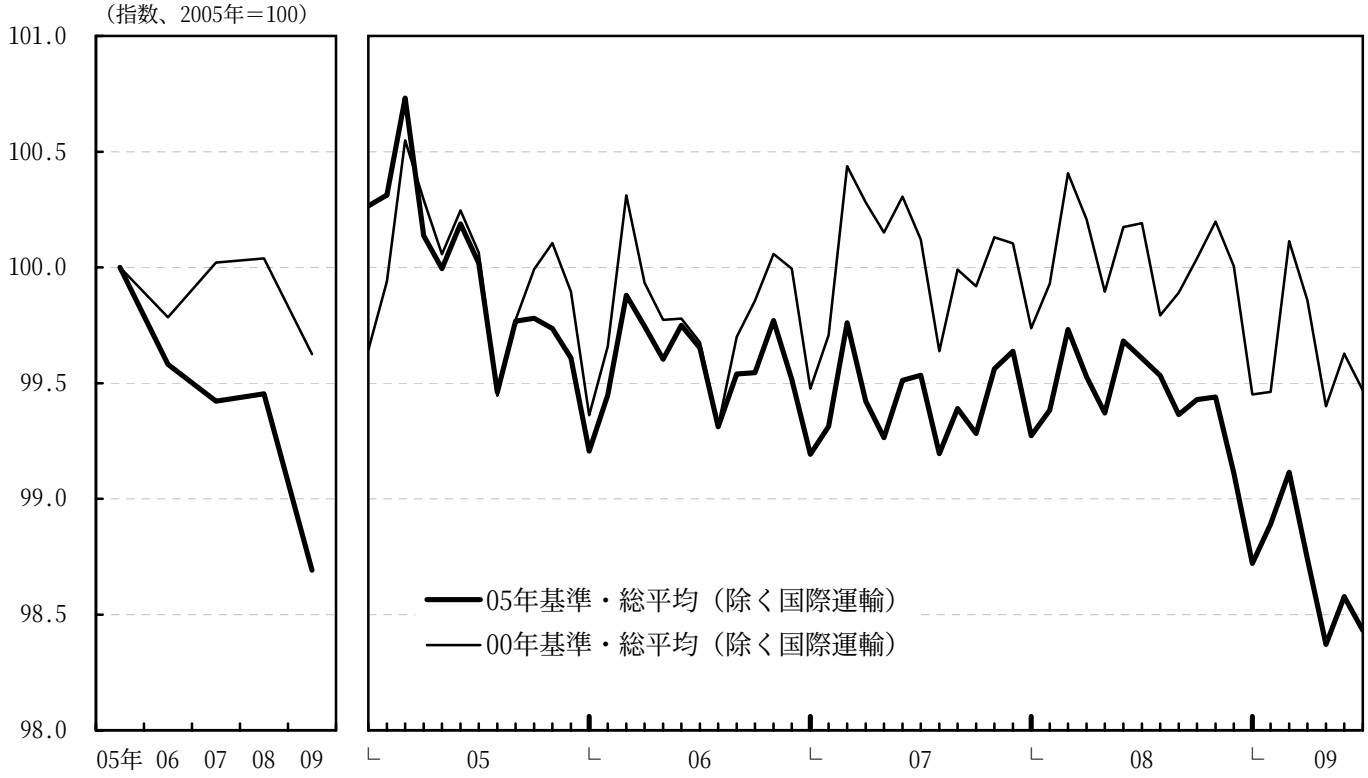
＜新旧基準指数の乖離要因＞

乖離要因	説明
ウエイト効果	新旧基準指数における品目ウエイトの相違により、個別品目が「総平均」前年比に与える寄与度が変化する効果。例えば、前年比がプラスの品目のウエイトが新基準で増加した場合、この品目の「総平均」前年比に与えるプラスの寄与は新基準指数で大きくなる。
リセット効果	旧基準年＝100として基準化されていた個別品目指数を、新基準年＝100として基準化し直すことから、各品目の指数水準は新旧基準で乖離する。この指数水準の変化によって、「総平均」前年比に対する寄与度は新旧基準で変化する。
新規品目効果	基準改定に伴い新たに採用した品目の指数変動による寄与の分だけ、新基準指数「総平均」前年比は旧基準指数から乖離する。
品目指数改定効果	品目指数の動きが新基準指数において変化することから、「総平均」前年比への寄与度が変化する効果。品目内の調査対象商品の構成を見直した場合や価格調査方法を変更した場合など、品目指数の動きを変化させる効果は全てこれに含まれる。

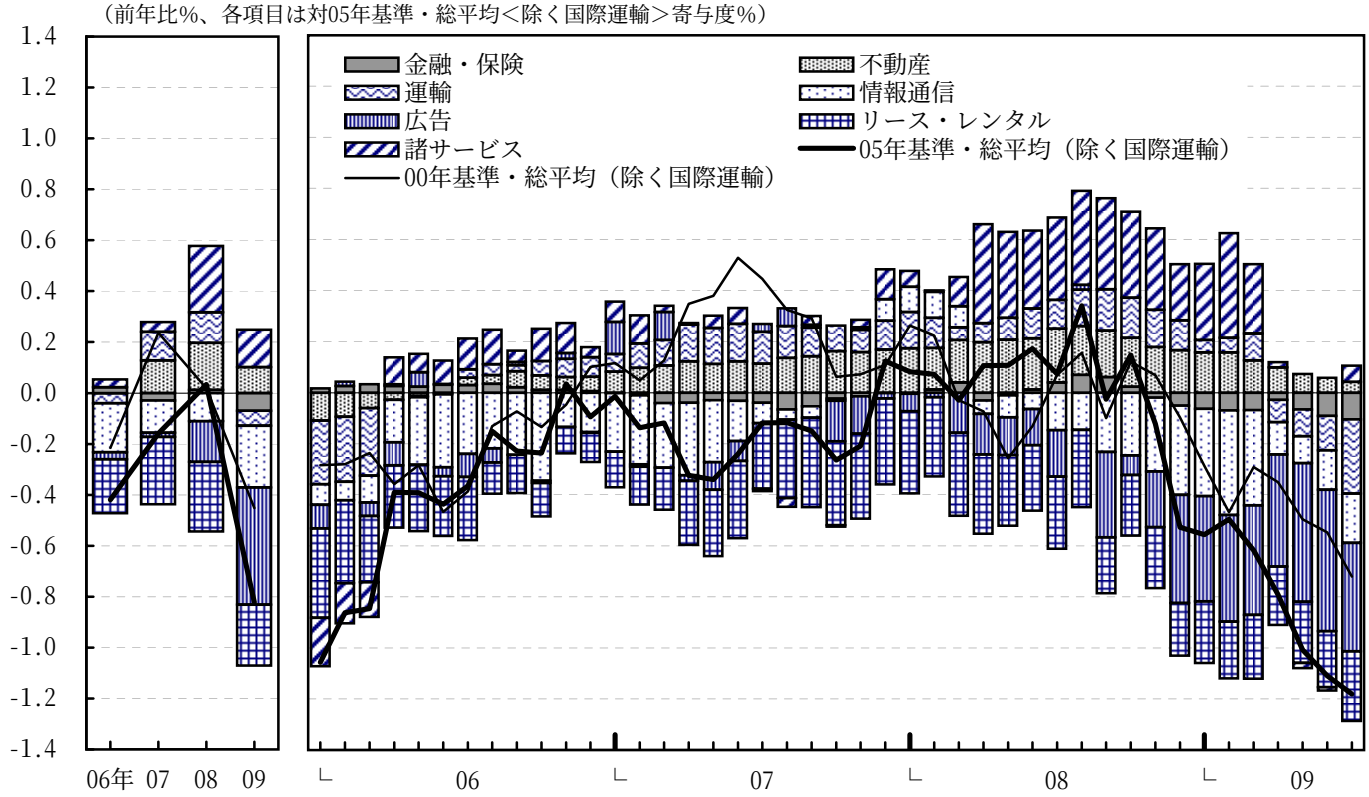
（図表　9）

総平均（除く国際運輸）（１）：指数、前年比

（１）指数



（２）前年比

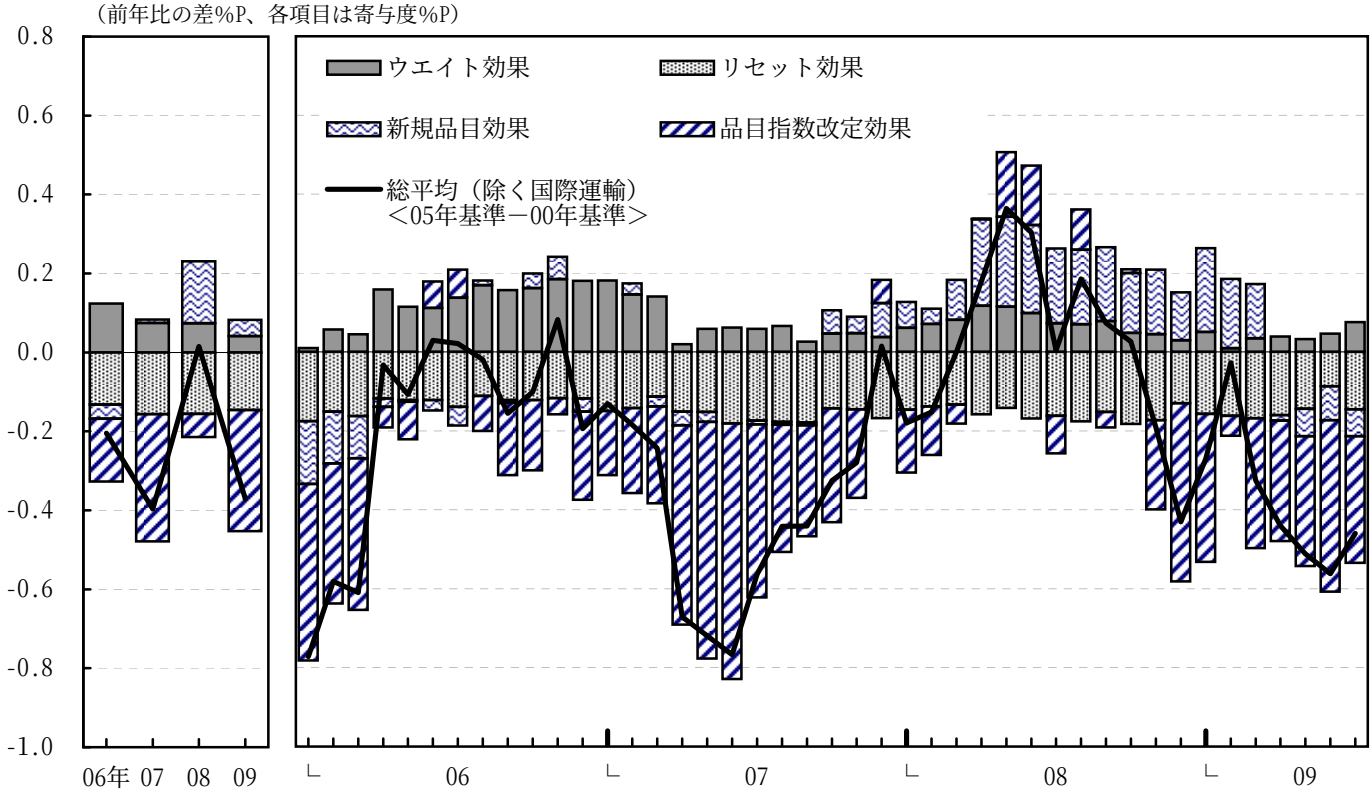


（図表１０）

総平均（除く国際運輸）（２）：新旧基準・前年比の差

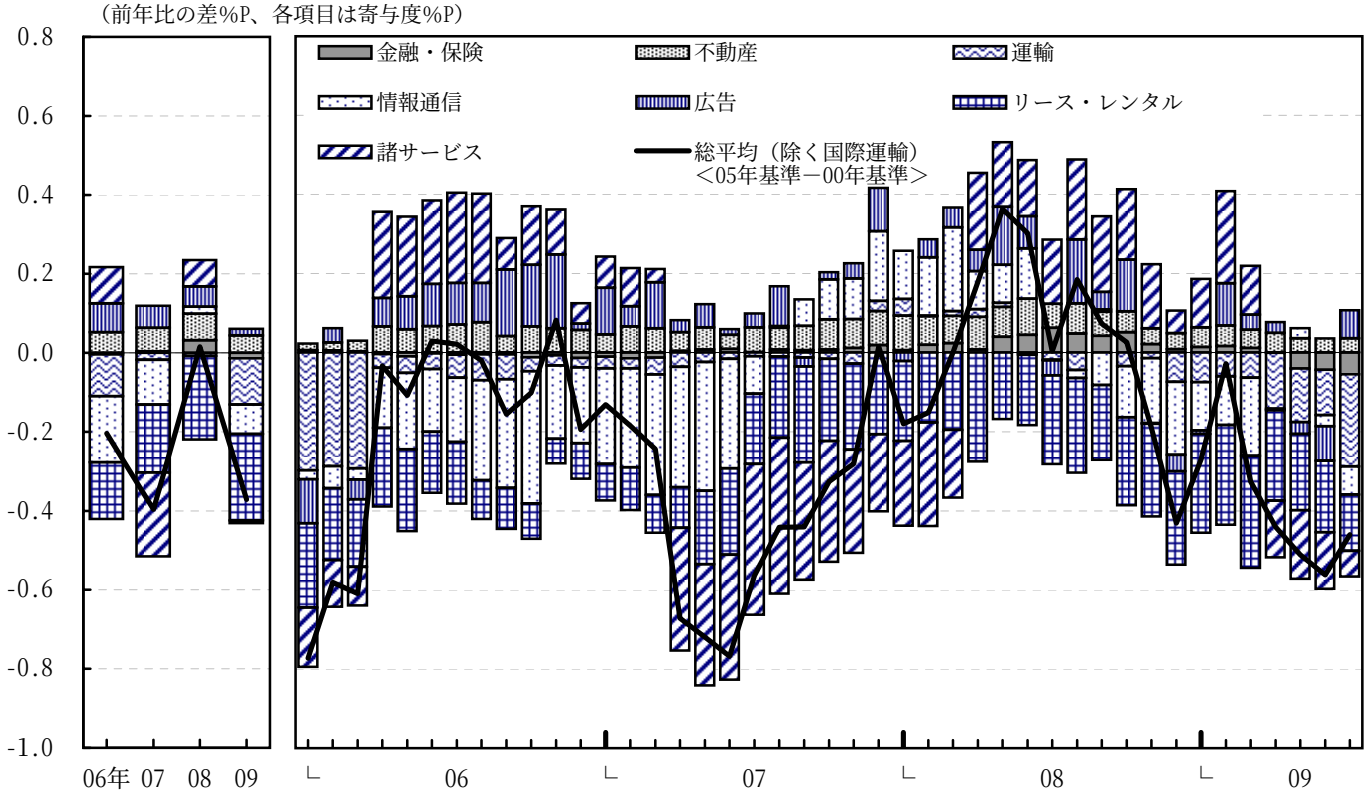
（１）要因別・寄与度分解

（前年比の差%P、各項目は寄与度%P）



（２）大類別・寄与度分解

（前年比の差%P、各項目は寄与度%P）

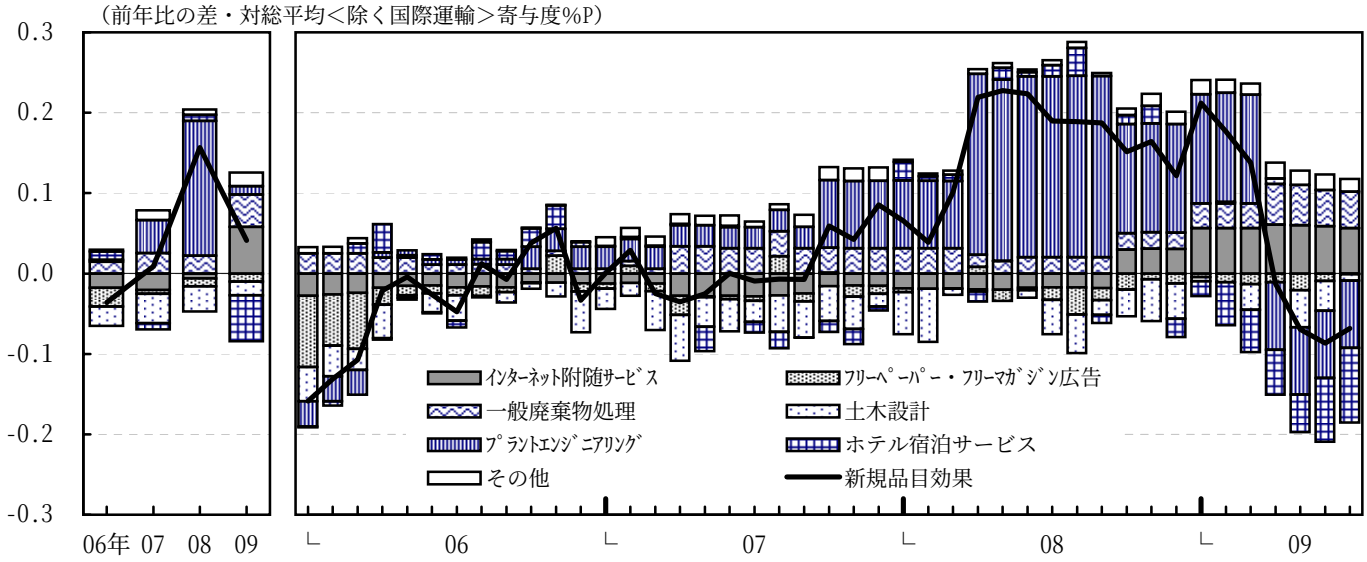


（図表１１）

新規品目効果

（１）品目別・寄与度分解

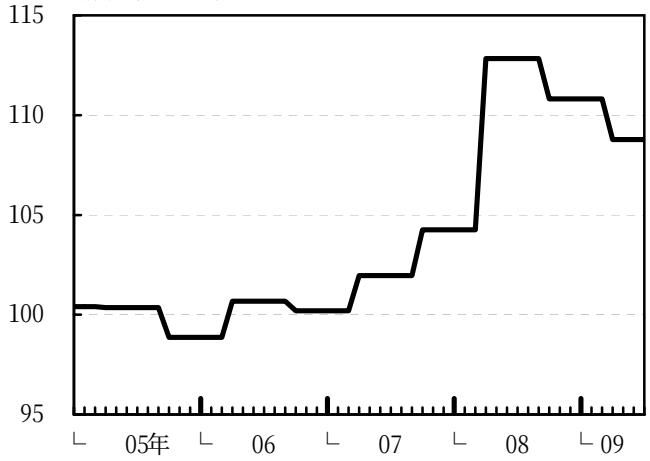
（前年比の差・対総平均＜除く国際運輸＞寄与度%P）



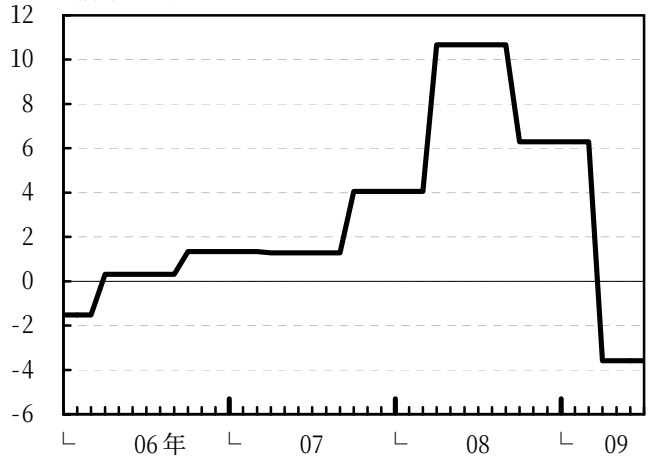
（２）主な品目の指数、前年比

① プラントエンジニアリング（ウエイト：19.7）

（指数、2005年＝100）

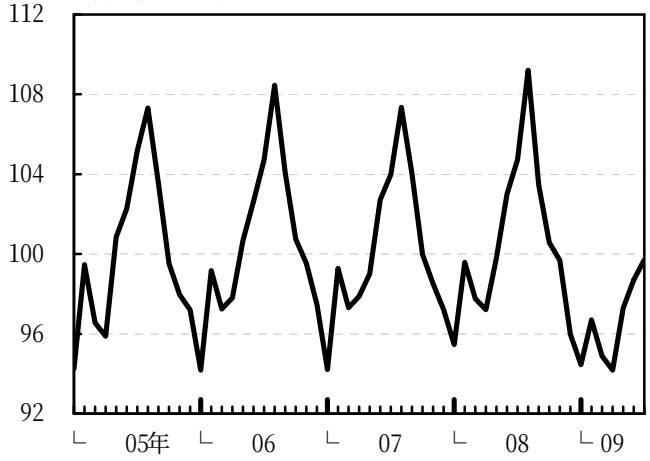


（前年比%）

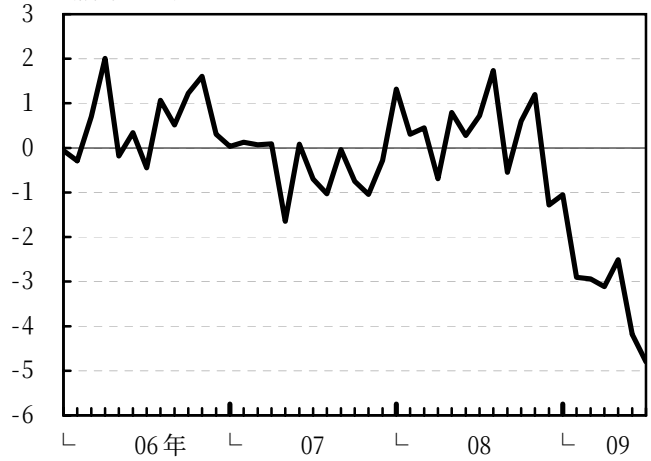


② ホテル宿泊サービス（ウエイト：17.7）

（指数、2005年＝100）



（前年比%）



（図表１２）

品目指数改定効果

（１）2005年基準における改定方針

① 調査対象サービスの見直し

品目内のサービスの構成比率を算定するための業界統計が存在しないため、調査価格の構成に歪みが発生している品目が存在。 ⇒ **種々の統計を加工し構成比率を推計**

② 官庁入札価格の取り込み

・公共工事以外の公共調達についても、一般競争入札による取引が増加。
・一般競争入札の拡大に伴い、取引価格が大きく下落するケースがみられる。

⇒ **官公庁需要が多い品目について、官公庁向け価格を取り込み**

③ 価格調査方法の見直し

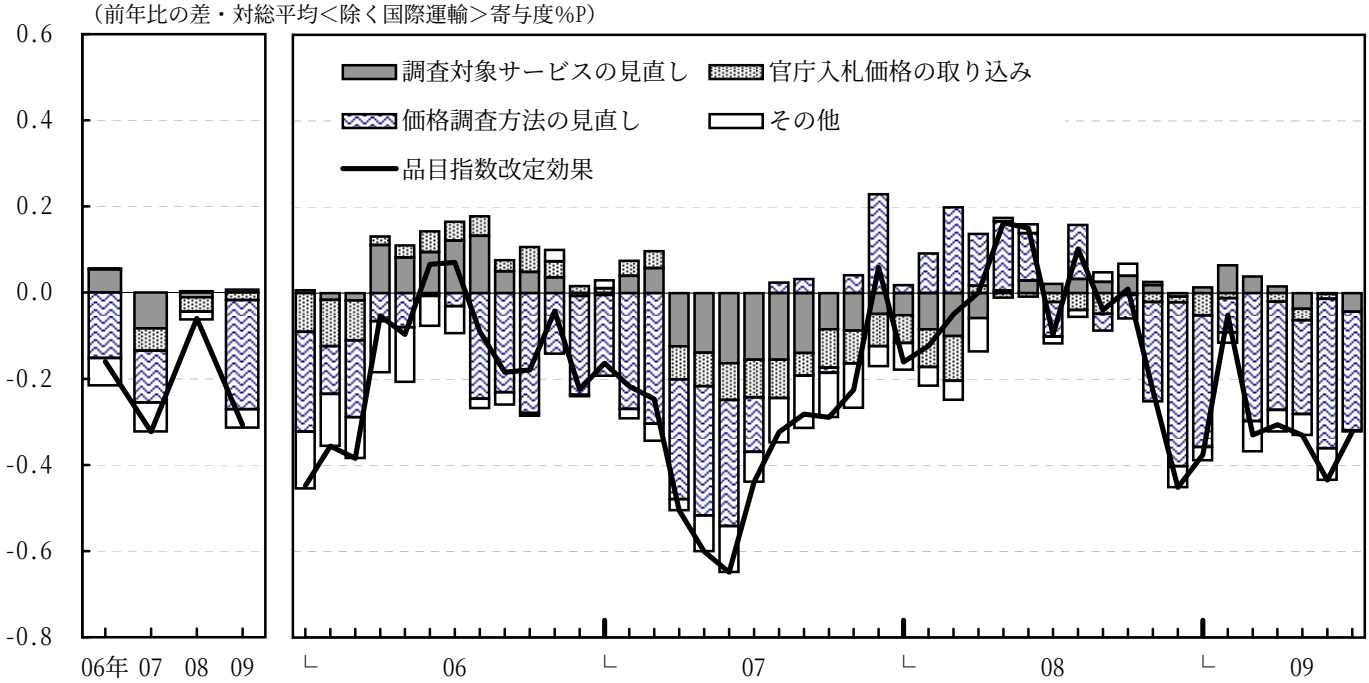
・多様化する価格設定への対応 ⇒ **モデル価格と平均価格の活用**

・オーダーメード・サービスへの対応 ⇒ **サービス特性にあわせて品質一定の価格調査方法を選択**

・品質が時間とともに変化するサービスへの対応 ⇒ **品質の変化に関する時系列情報によって品質調整を実施**

（２）改定内容別・寄与度分解

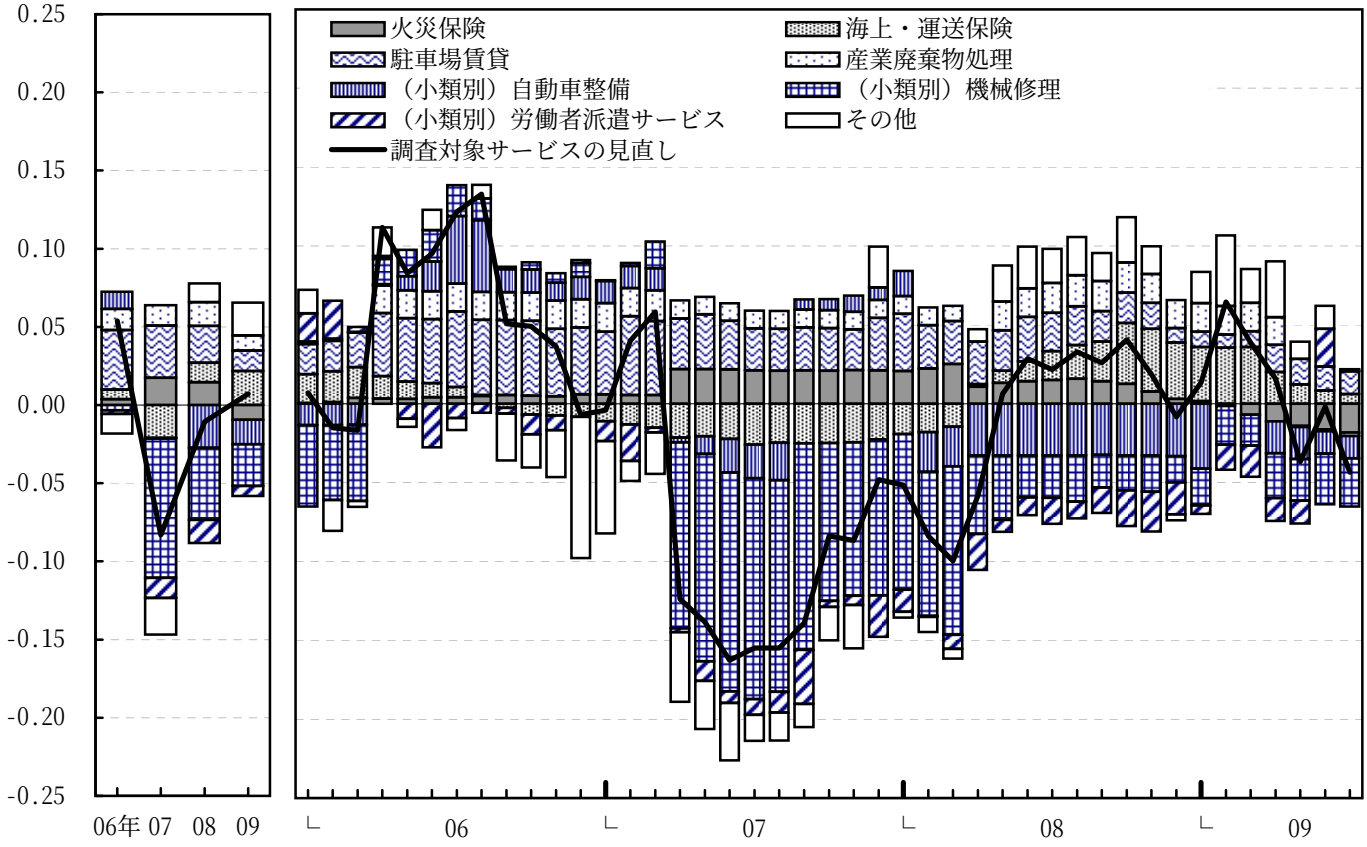
（前年比の差・対総平均＜除く国際運輸＞寄与度%P）



品目指数改定効果：調査対象サービスの見直し（１）

（１）品目別・寄与度分解

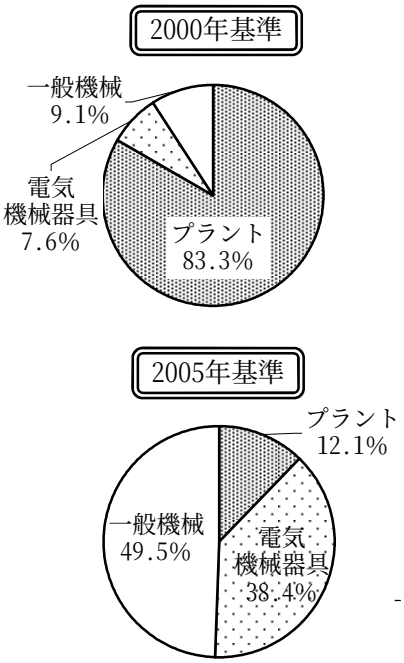
（前年比の差・対総平均＜除く国際運輸＞寄与度%P）



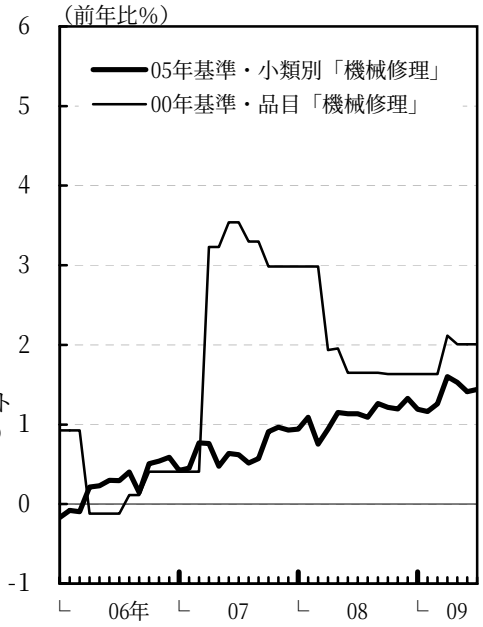
（２）機械修理（ウエイト：57.7 → 45.6）

プラントの保守・点検に偏っていた調査価格構成を見直し、修理対象機械を大幅に拡充。
⇒　価格上昇が目立つプラントの構成比率低下により、前年比上昇幅が縮小。

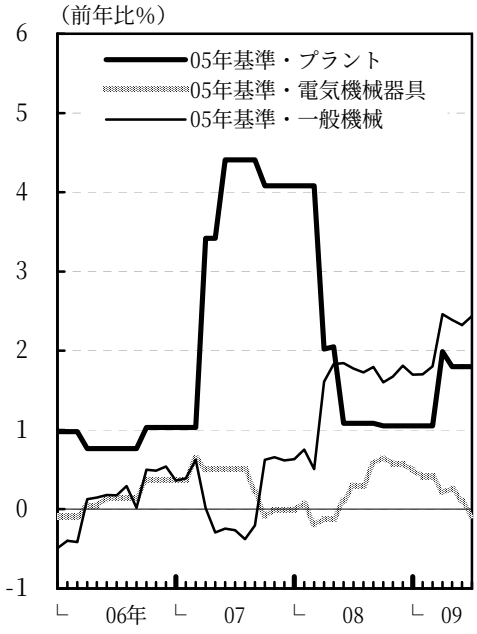
＜調査価格構成＞



＜前年比＞



＜内訳＞



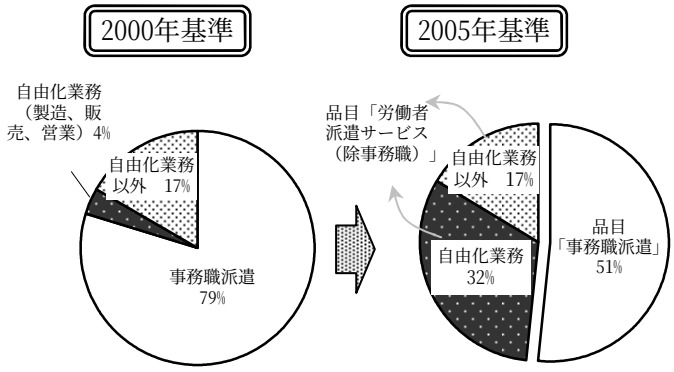
（注）　2005年基準では、「機械修理」を「電気機械器具修理」「機械修理（除電気機械器具）」に品目分割。

品目指数改定効果：調査対象サービスの見直し（２）

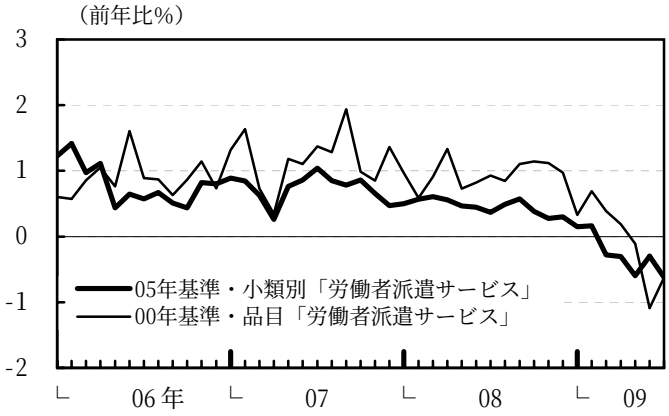
（１）労働者派遣サービス（ウエイト：15.5 → 28.0）

自由化業務（製造、販売、営業）の構成比率増加などにより、指数動向が変化。

＜調査価格構成＞



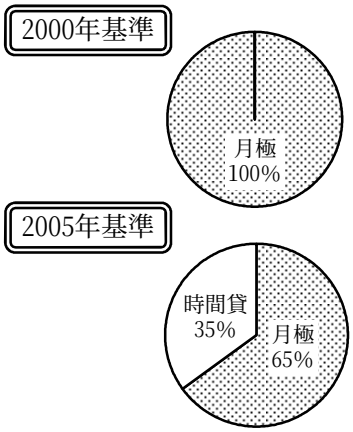
＜前年比＞



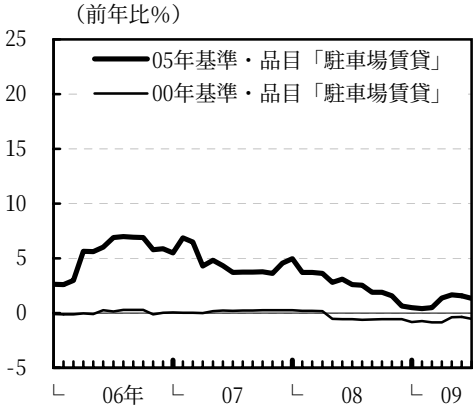
（２）駐車場賃貸（ウエイト：7.9 → 6.8）

時間貸駐車場の取り込みにより、指数が上方シフト。

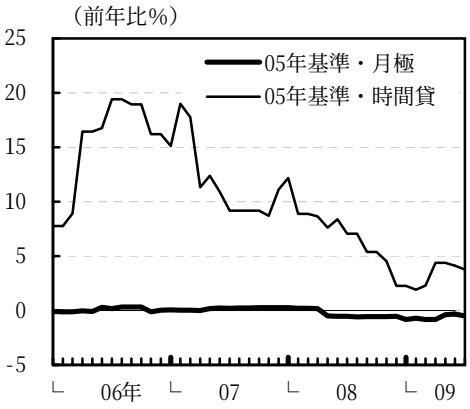
＜調査価格構成＞



＜前年比＞



＜内訳＞



（３）火災保険（ウエイト：3.2 → 2.7）

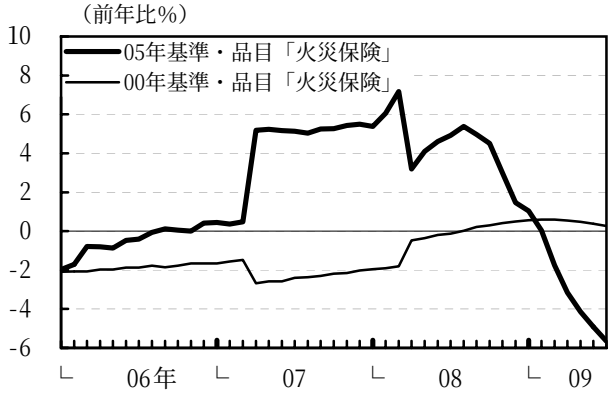
2000年基準：調査対象が、一部地域（東京）の一部構造級に限られていた。
2005年基準：市場実勢を踏まえ４地方（７地域）・５構造級を幅広く調査し、カバレッジを拡大。
⇒　07/4月の価格（保険料率）改定において、指数動向が変化。

＜2005年基準・火災保険（一般物件）調査価格構成＞

地　方	特級		1級	2級	3級
	建物	動産			
関東甲信越	○	○	○	○	○
東海			○	○	
近畿	○		○	○	○
九州・沖縄			○		

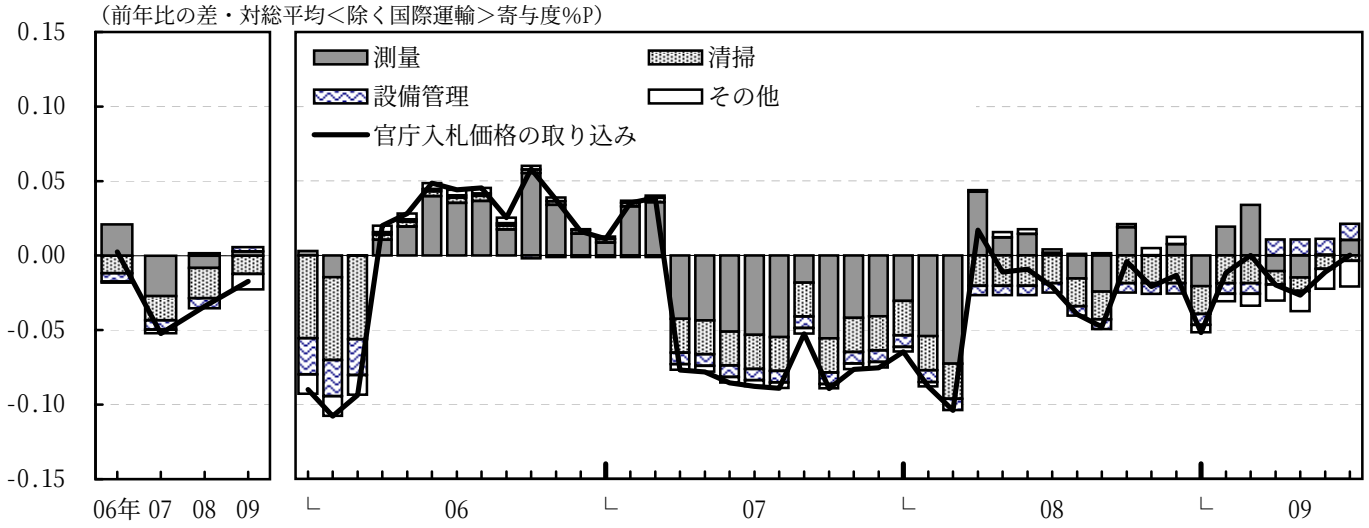
（注）シャドー部分は2000年基準の調査価格。

＜前年比＞



品目指数改定効果：官庁入札価格の取り込み

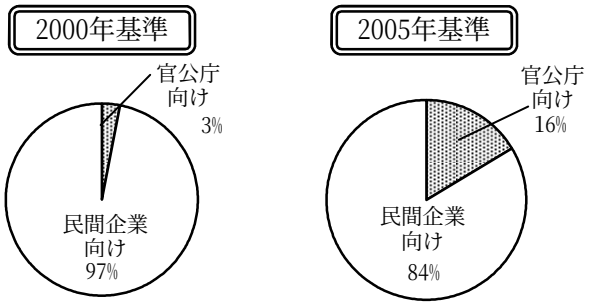
（１）品目別・寄与度分解



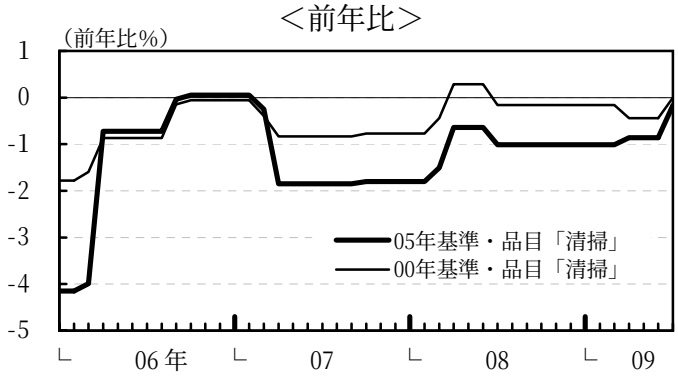
（２）清掃（ウエイト：29.1 → 21.7）

官公庁向け価格の取り込み（官公庁から取引価格を直接聴取）により、官民比率を是正。

＜調査価格構成＞



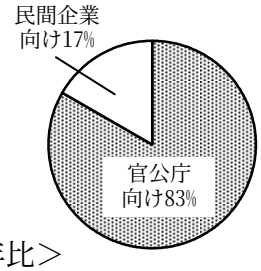
＜前年比＞



（３）測量（ウエイト：16.5 → 7.9）

・官公庁向け取引が大宗。 ⇒ 価格は一般競争入札によって決定。
・官庁入札価格は、人工単価を積算した「予定価格」と入札実績を表す「落札率」に分解可能。

＜測量の官民比率＞



予定価格 × **落札率** ＝ **官庁入札価格**

国土交通省のガイドラインに沿って人工単価を単純積算

一部官公庁では毎月公表

・2000年基準では、予定価格のみを調査。

↓

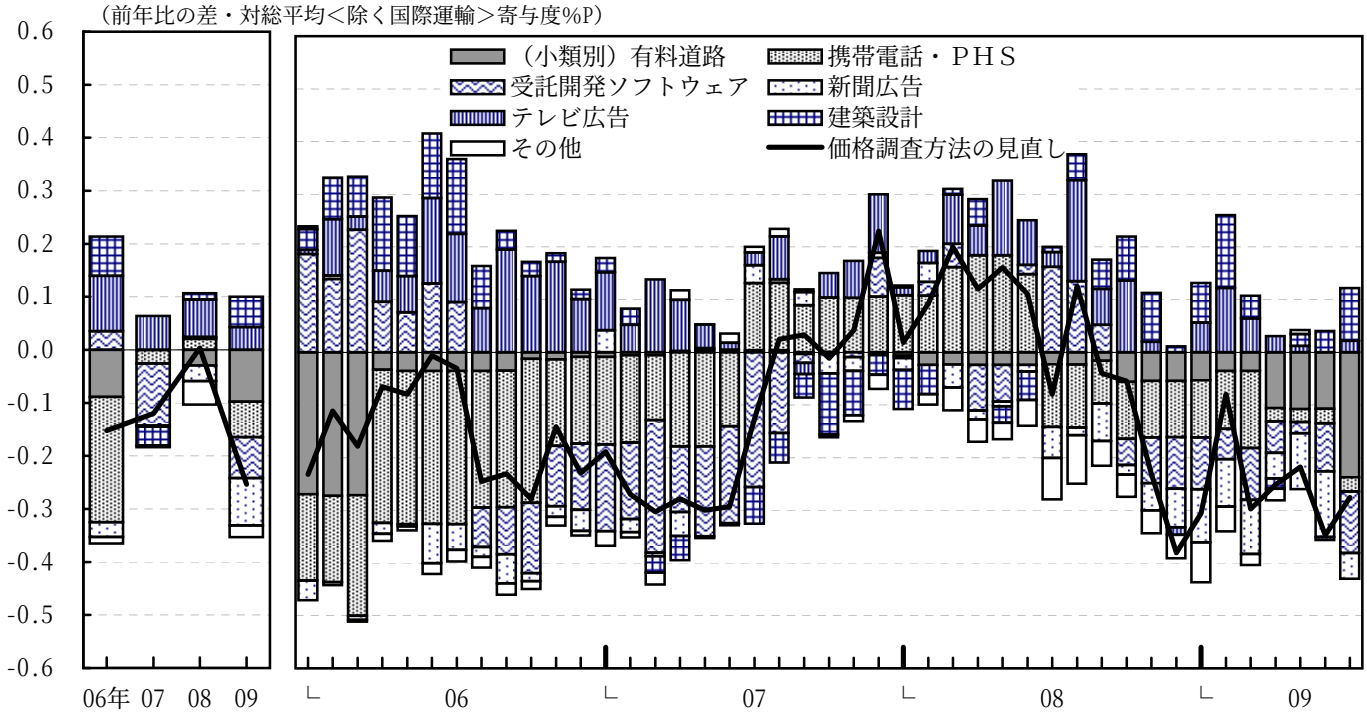
・2005年基準では、予定価格に加え、落札率の公表情報を外部データとして活用した「モデル価格」によって調査。

＜前年比＞

（注） 測量の官民比率は、国土交通省「建設関連業等の動態調査報告」における取引額ベース。

品目指数改定効果：価格調査方法の見直し（１）

（１）品目別・寄与度分解



（２）有料道路（ウエイト：15.7 → 11.7）

「ＥＴＣ割引」を反映したモデル価格を設定。

調査価格＝（a）定価×（b）時間帯に関する割引×（c）利用頻度に関する割引

（a）定　価

通行距離に応じた従量料金制であるため、通行距離を設定した通行料金を算出。

高速自動車国道	高速自動車国道全体の平均走行距離
都市高速道路	各道路の平均走行距離または全区間
一般有料道路	各道路の全区間

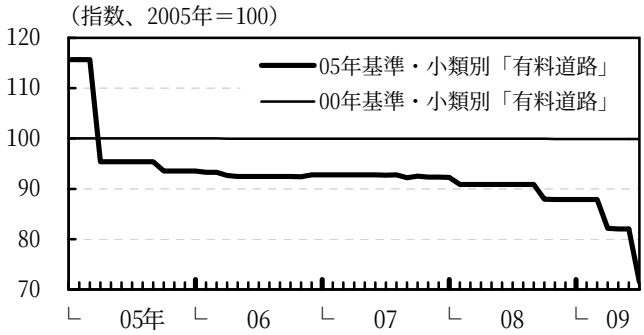
（b）時間帯に関する割引

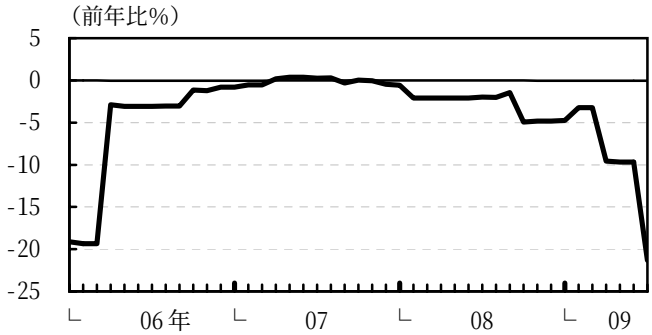
平日・土曜・日曜ごとに各時間帯の割引率を算定。

（c）利用頻度に関する割引

多頻度割引	1台1ヶ月当たり平均利用金額を入手し、当該利用金額に見合った割引率を算出
大口割引	一律、適用

各道路別の車種別・時間帯別通行台数シェアを乗じて集計。





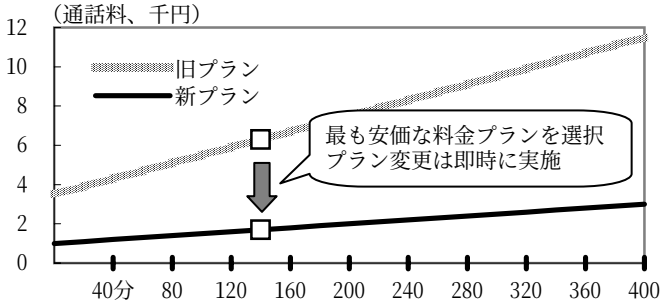
品目指数改定効果：価格調査方法の見直し（２）

（１）携帯電話・ＰＨＳ（ウエイト：21.5 → 24.2）

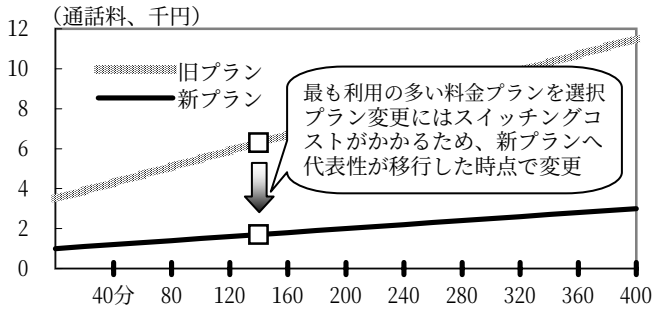
通話料金、パケット料金、割引制度などに応じて、多様な料金プランが存在
⇒　①複数の需要者を想定し、②「平均割引率」を反映したモデル価格を設定。

①　複数の需要者の想定

（a）最安タイプ

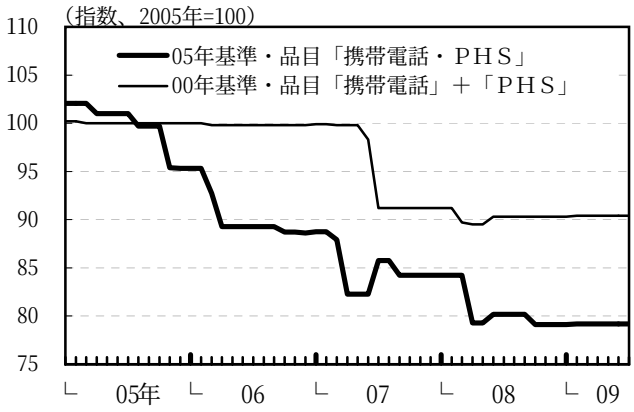


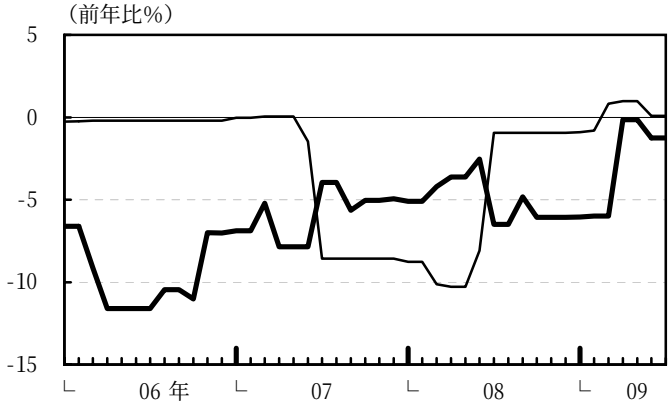
（b）代表タイプ



②　「平均割引率」の取り込み

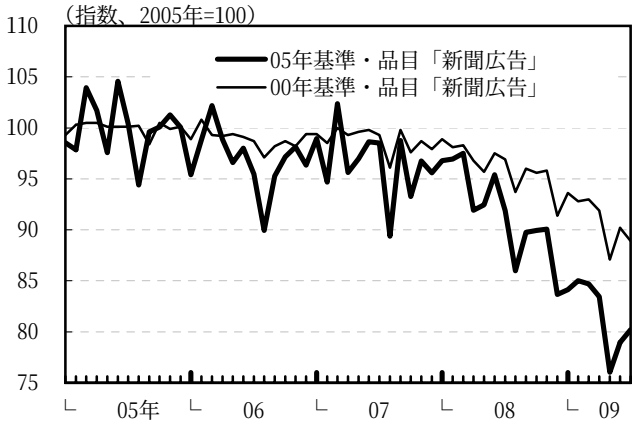
割引制度が複雑なため、個別の需要者に適用される割引の特定が困難。 ⇒ 法人向け割引制度全体の平均割引率を反映（①で作成した価格に乗ずる）。

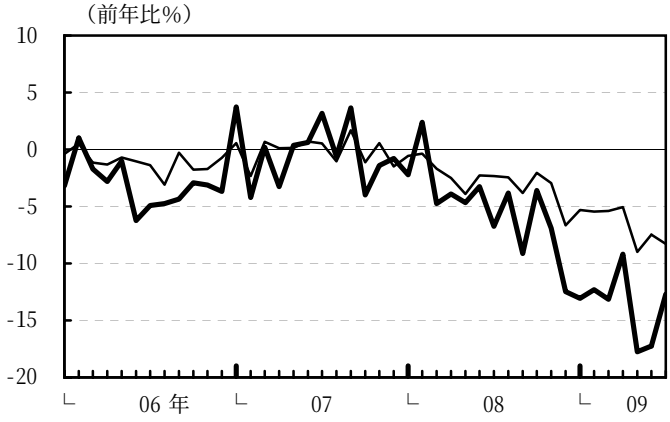




（２）新聞広告（ウエイト：15.8 → 13.0）

料金表価格の代表性が低下したため、調査価格を「平均価格」に一本化。
（00年基準：料金表価格58%、平均価格42%　⇒　05年基準：平均価格100%）



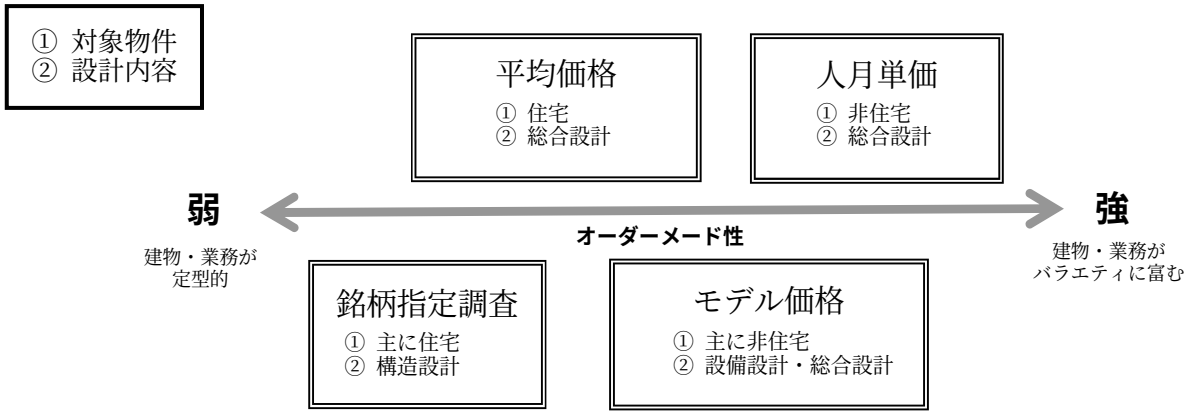


品目指数改定効果：価格調査方法の見直し（３）

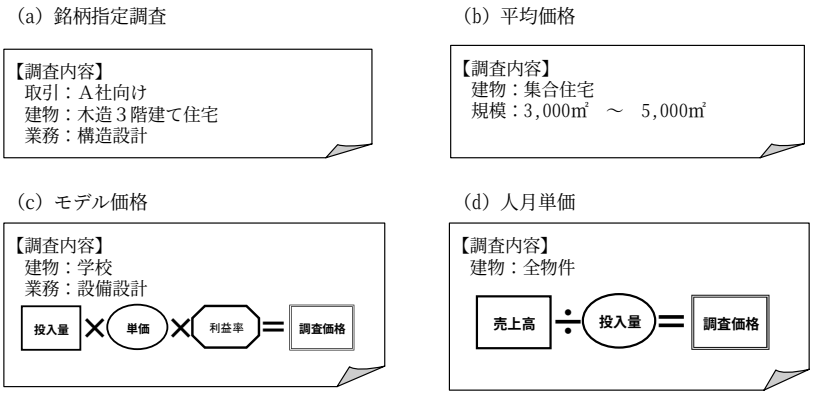
（１）建築設計（ウエイト：21.1 → 17.8）

サービス特性が多様なため、各々に適した価格調査方法を選定。

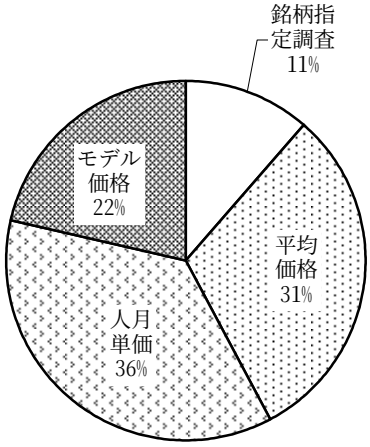
① サービス特性と価格調査方法



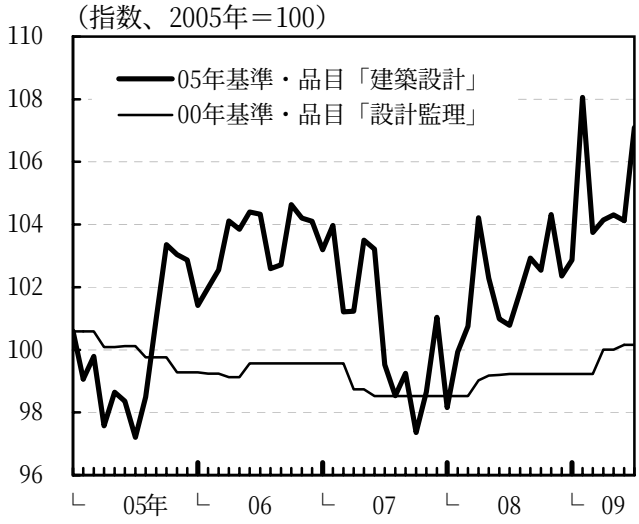
② 価格調査方法の具体例

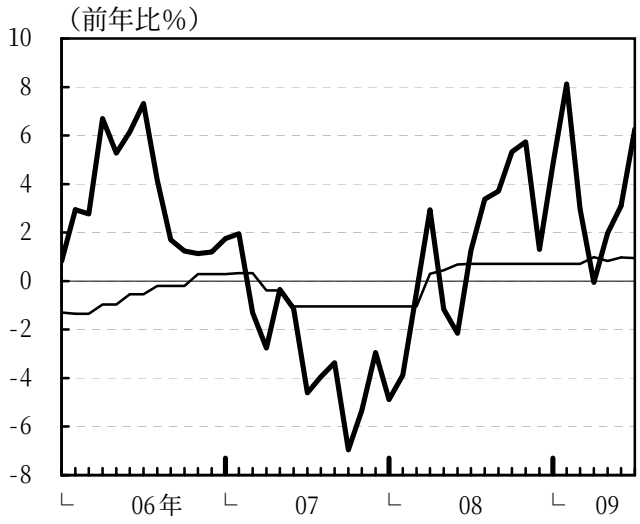


③ 構成比



④ 指数、前年比





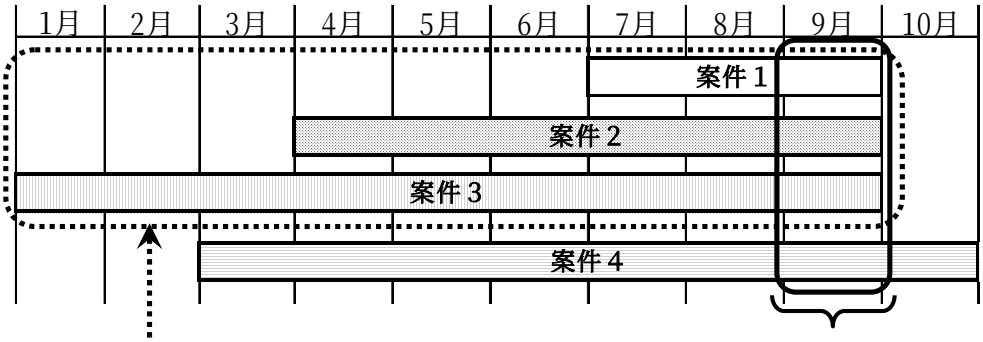
（注） 05年基準・品目「建築設計」は、00年基準・品目「設計監理」から名称変更。

品目指数改定効果：価格調査方法の見直し（４）

（１）受託開発ソフトウェア（ウエイト：44.1 → 62.3）

① 指数精度向上のため、平均人月単価の算出を「工事完成基準」から「工事進行基準」に変更。
② 調査価格構成（長期契約と単発契約の構成比）を見直し。

① 概念図：「工事完成基準」と「工事進行基準」



「工事完成基準」（９月価格）

当該月に「検収（納品･確認･受取）された複数案件の売上額合計」を「当該案件に要した人月の合計」で割って価格を算出。

案件	総売上額	総人月数
案件１	10,000,000円	9人月
案件２	30,000,000円	24人月
案件３	50,000,000円	45人月
合計	90,000,000円	78人月

９月価格 ＝ 90,000,000円 ÷ 78人月
＝ 1,153,846円

「工事進行基準」（９月価格）

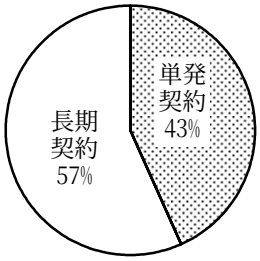
各案件の売上額と人月を作業月に案分し、当該月における「複数案件の案分後の売上額合計」を「複数案件の案分後の人月の合計」で割って価格を算出。

案件	総売上額÷作業月数	総人月数 ÷作業月数
案件１	10,000,000円÷3ヶ月	9人月÷3ヶ月
案件２	30,000,000円÷6ヶ月	24人月÷6ヶ月
案件３	50,000,000円÷9ヶ月	45人月÷9ヶ月
案件４	80,000,000円÷8ヶ月	64人月÷8ヶ月
合計	23,888,888円	20人月

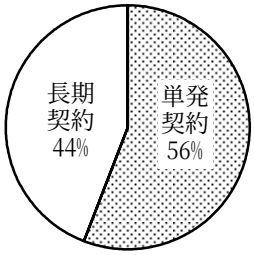
９月価格 ＝ 23,888,888円 ÷ 20 人月
＝ 1,194,444円

② 調査価格構成

2000年基準

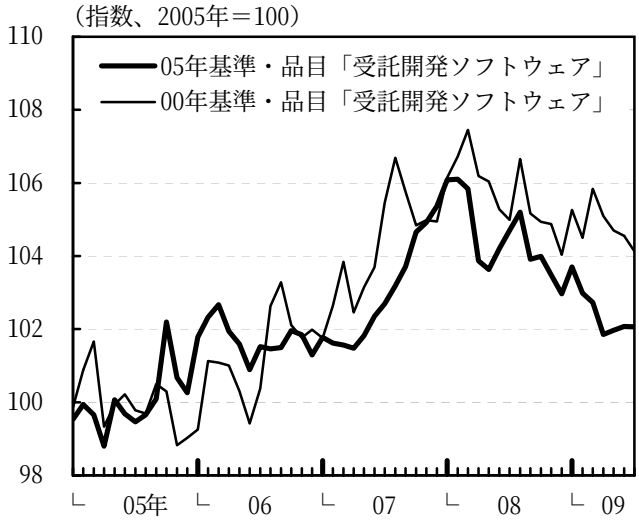


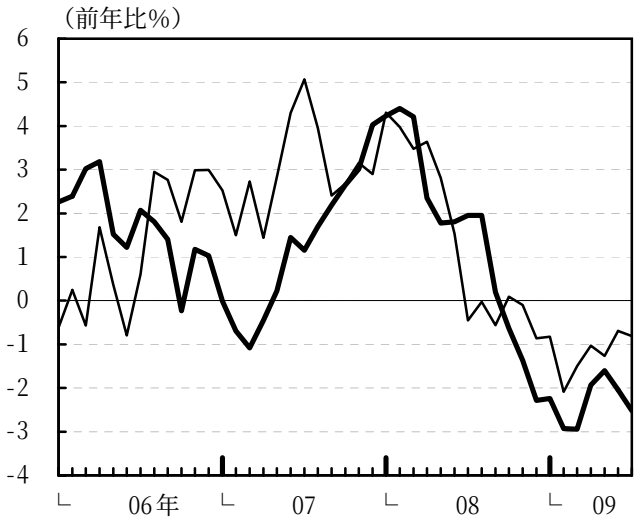
2005年基準



市場の実態にあわせて
単発契約の割合を増加。

③ 指数、前年比





（注） 「工事進行基準」における進捗率は、簡便のために毎月均等としている。

品目指数改定効果：価格調査方法の見直し（５）

（１）テレビ広告（ウエイト：25.6 → 23.4）

「延べ視聴率（ＧＲＰ）」による品質調整を導入。

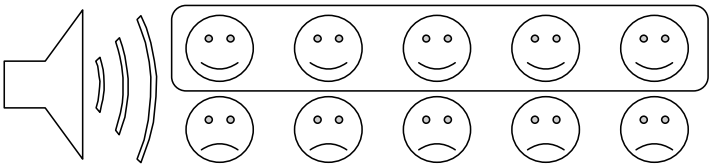
① 広告の品質定義

「広告の品質＝広告を見る人数」： 広告を見る人数↑ ⇒ 商品購入者↑ ⇒ 広告の品質↑

(a) 広告を見る人数が「２人」の場合

1人が
商品を購入

(b) 広告を見る人数が「10人」の場合



5人が
商品を購入

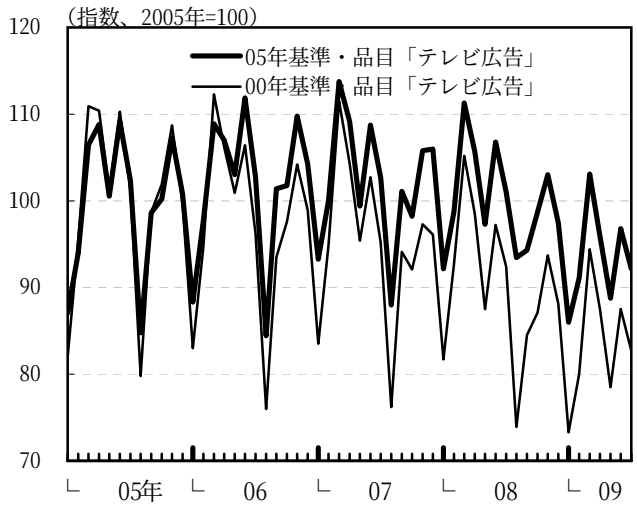
⇒ 広告の品質は、（b）が（a）より高い ⇒ 「広告の品質＝広告を見る人数」

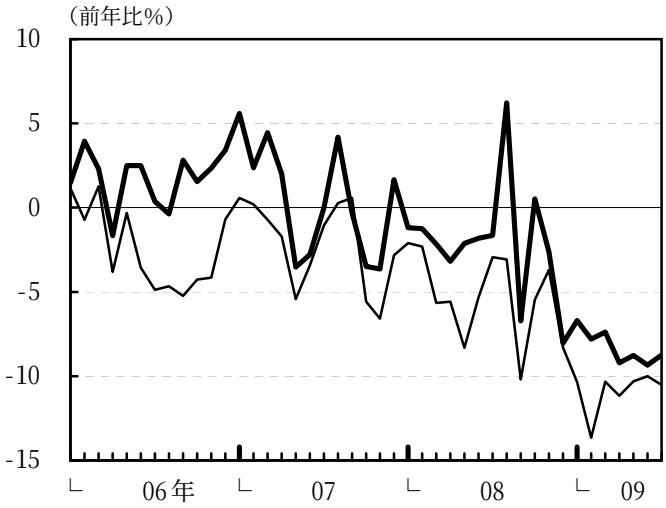
② テレビ広告（スポットＣＭ）の価格設定方法

広告料金 ＝ 単位視聴率（1GRP）当たり単価 × 想定GRP

③ 調査価格：「実績ＧＲＰ」に応じて品質調整

調査価格 ＝ 総広告料金 ÷ 総実績GRP ＝ 単位視聴率（1GRP）当たり平均単価





（注）GRP（Gross Rating Point）は延べ視聴率を表す。延べ視聴率とは、一定期間に放映されたCMの放映時間（15秒換算）と視聴率との積の合計であり、1GRPは、1%の視聴率で15秒間CMが放映されたことを意味する。

III．参考資料一覧

III．参考資料一覧

			ホームページ掲載箇所
関連ペーパー	①	2005 年基準企業向けサービス価格指数の見直し方針へのご意見のお願い―サービス物価の捕捉の現状と課題について―	「企業向けサービス価格指数」の「見直し等のお知らせ」
	②	2005 年基準「企業向けサービス価格指数」基準改定方針の一部変更のお知らせ―対象範囲拡大とウエイト計算方法の変更―	
	③	企業向けサービス価格指数・2005 年基準改定の最終案―見直し案に対するご意見と、基準改定の概要―	
	④	価格調査における調査価格変更と品質調整の現状―2008 年におけるＣＧＰＩとＣＳＰＩの実績を踏まえて―	
	⑤	企業向けサービス価格指数・2005 年基準改定結果―基準改定結果の概要と 2005 年基準指数の動向―	
参考資料	⑥	(参考)過去の四半期、年間(暦年・年度)指数、騰落率	「企業向けサービス価格指数」の「時系列データ」
	⑦	調査価格の変更実績	「企業向けサービス価格指数」の「参考資料」
	⑧	品質調整効果	
	⑨	契約通貨別構成比	
関連資料	⑩	2005 年基準企業向けサービス価格指数（CSPI）指数体系・統計始期	「2005 年基準企業向けサービス価格指数(CSPI)の解説、および関連資料」
	⑪	2005 年基準企業向けサービス価格指数（CSPI）調査対象サービス一覧	
	⑫	2005 年基準企業向けサービス価格指数（CSPI）調査価格の性質一覧	
	⑬	2005 年基準企業向けサービス価格指数（CSPI）外部データ一覧	
	⑭	2005 年基準接続指数・過去基準との対応表	
	⑮	企業向けサービス価格指数（CSPI）における品目分類編成の変遷	
	⑯	企業向けサービス価格指数の過去の基準改定時における品目分類編成・改廃品目一覧	

＜ 付　　表 ＞

２００５年基準

企業向けサービス価格指数（ＣＳＰＩ）

品目分類編成・ウエイト一覧

１．基本分類指数

大類別		類別		小類別		品目	
金融・保険	59.1	金融	42.7	金融手数料	42.7	内国為替手数料	5.0
						外国為替手数料	0.8
						預貸業務手数料	4.1
						証券委託手数料	9.3
						証券引受手数料	3.1
						証券募集取扱手数料	8.4
						証券事務委託手数料	3.7
						代理業務手数料	0.6
						貸金庫手数料	0.3
						信用保証料	3.9
						カード加盟店手数料	2.2
						ＡＴＭ委託手数料	1.3
		保険	16.4	損害保険	16.4	火災保険	2.7
						自動車保険（任意）	10.5
						自動車保険（自賠責）	2.1
						海上・運送保険	1.1
不動産	66.1	不動産賃貸	66.1	事務所賃貸	48.0	事務所賃貸（東京圏）	32.8
						事務所賃貸（名古屋圏）	2.1
						事務所賃貸（大阪圏）	8.0
						事務所賃貸（その他地域）	5.1
				その他の不動産賃貸	18.1	店舗賃貸	10.6
						ホテル賃貸	0.7
						駐車場賃貸	6.8
運輸	210.3	旅客輸送	43.8	鉄道旅客輸送	18.9	新幹線	7.3
						鉄道旅客輸送（除新幹線）	11.6
				道路旅客輸送	10.8	乗合バス	2.0
						貸切バス	1.2
						ハイヤー・タクシー	7.6
				海上旅客輸送	0.4	内航旅客輸送	0.4
				国際航空旅客輸送	5.3	国際航空旅客輸送（北米方面）	0.9
						国際航空旅客輸送（欧州方面）	1.8
						国際航空旅客輸送（アジア・オセアニア方面）	2.6
				国内航空旅客輸送	8.4	国内航空旅客輸送	8.4
		陸上貨物輸送	72.3	鉄道貨物輸送	0.9	鉄道貨物輸送	0.9
				道路貨物輸送	71.4	積合せ貨物輸送	13.8
						宅配便	10.0
						メール便	2.5
						貸切貨物輸送	34.1
						特殊貨物輸送	11.0
		海上貨物輸送	47.9	外航貨物輸送	22.3	定期船	2.7
						不定期船	11.2
						外航タンカー	8.4
				内航貨物輸送	5.2	ＲＯＲＯ船	1.4
						貨物船（除ＲＯＲＯ船）	1.2
						自動車航送船	1.3
						内航タンカー	1.3
				貨物用船料	9.4	外航貨物用船料	9.4
				港湾運送	11.0	港湾荷役	11.0
		航空貨物輸送	5.1	国際航空貨物輸送	4.6	国際航空貨物輸送	4.6
				国内航空貨物輸送	0.5	国内航空貨物輸送	0.5
		倉庫・運輸付帯サービス	30.8	倉庫	11.9	普通倉庫	9.5
						冷蔵倉庫	2.4
				こん包	7.2	こん包	7.2
				有料道路	11.7	高速自動車国道	7.8
						都市高速道路	2.3
						一般有料道路	1.6
		郵便	10.4	郵便	10.4	封書	5.5
						はがき	3.0
						特殊取扱郵便	1.3
						国際郵便	0.6
情報通信	216.5	通信	61.2	固定電気通信	31.3	固定電話	19.2
						専用線	3.6
						インターネット接続サービス	5.3
						ＷＡＮサービス	3.2
				移動電気通信	24.2	携帯電話・ＰＨＳ	24.2
				アクセスチャージ	5.7	アクセスチャージ	5.7
		放送	2.9	放送	2.9	公共放送	0.8
						民間放送	1.0
						有線放送	1.1
		情報サービス	129.3	ソフトウェア開発	68.6	受託開発ソフトウェア	62.3
						パッケージソフトウェア	6.3
				情報処理・提供サービス	60.7	情報処理サービス	31.2
						システム等管理運営受託	22.4
						情報提供サービス	4.2
						市場調査・世論調査	2.9
		インターネット附随サービス	6.7	インターネット附随サービス	6.7	インターネット附随サービス	6.7
		新聞・出版	16.4	新聞	4.4	新聞	4.4
				出版	12.0	書籍	6.7
						月刊誌	4.1
						週刊誌	1.2

１．基本分類指数（つづき）

大類別		類別		小類別		品目	
広告	68.5	広告	68.5	四媒体広告	45.2	新聞広告	13.0
						雑誌広告	7.0
						テレビ広告	23.4
						ラジオ広告	1.8
				その他の広告	23.3	屋外広告	1.0
						交通広告	4.3
						折込広告	6.3
						ダイレクトメール広告	4.1
						インターネット広告	3.5
						フリーペーパー・フリーマガジン広告	4.1
リース・レンタル	84.6	リース・レンタル	84.6	リース	69.5	産業機械リース	10.1
						工作機械リース	2.6
						医療用機器リース	3.3
						商業・サービス業用機械設備リース	10.7
						通信機器リース	5.8
						土木・建設機械リース	1.9
						電子計算機・同関連機器リース	21.9
						事務用機器リース	5.4
						輸送用機器リース	7.8
				レンタル	15.1	建設機械レンタル	4.2
						仮設資材レンタル	3.1
						電子計算機レンタル	2.4
						レンタカー	2.7
						オフィス・イベント用品レンタル	2.7
諸サービス	294.9	下水道・廃棄物処理	25.4	下水道	6.6	下水道	6.6
				廃棄物処理	18.8	一般廃棄物処理	6.8
						産業廃棄物処理	12.0
		自動車整備・機械修理	72.2	自動車整備	26.6	車検・定期点検・一般整備	21.0
						自動車整備（事故整備）	5.6
				機械修理	45.6	電気機械器具修理	17.5
						機械修理（除電気機械器具）	28.1
		専門サービス	73.3	法務・会計サービス	25.9	弁護士サービス	4.6
						弁理士サービス	2.9
						司法書士サービス	1.2
						公認会計士サービス	5.1
						税理士サービス	12.1
				土木建築サービス	42.2	建築設計	17.8
						土木設計	13.6
						測量	7.9
						地質調査	2.9
				その他の専門サービス	5.2	社会保険労務士サービス	2.1
						不動産鑑定評価	0.8
						行政書士サービス	1.2
						土地家屋調査士サービス	1.1
		その他諸サービス	124.0	教育訓練サービス	3.4	社員研修サービス	3.4
				建物サービス	30.6	清掃	21.7
						設備管理	5.6
						衛生管理	3.3
				労働者派遣サービス	28.0	事務職派遣	14.5
						労働者派遣サービス（除事務職）	13.5
				警備	14.0	警備（除機械警備）	10.3
						機械警備	3.7
				プラントエンジニアリング	19.7	プラントエンジニアリング	19.7
				テレマーケティング	2.8	テレマーケティング	2.8
				宿泊サービス	17.7	ホテル宿泊サービス	17.7
				洗濯	7.8	普通洗濯	2.4
						リネンサプライ	5.4

〔参考系列〕契約通貨ベース

大類別		類別		小類別		品目	
運輸	210.3	海上貨物輸送	47.9	外航貨物輸送	22.3	定期船	2.7
						不定期船	11.2
						外航タンカー	8.4
				貨物用船料	9.4	外航貨物用船料	9.4
		航空貨物輸送	5.1	国際航空貨物輸送	4.6	国際航空貨物輸送	4.6

〔参考系列〕総平均（除く国際運輸）

項目	
総平均（除く国際運輸）	957.8
運輸（除く国際運輸）	168.1
国際運輸	42.2

２．参考指数

①基本分類構成項目

項　　目	
リース	リース料率

②輸出サービス価格指数

項　　目	
輸出貨物運賃（円ベース）	外航貨物輸送
	国際航空貨物輸送
輸出貨物運賃（契約通貨ベース）	外航貨物輸送

③消費税を除く企業向けサービス価格指数
　※基本分類指数と同じ（参考系列を除く）

２００５年基準

企業向けサービス価格指数（ＣＳＰＩ）

ウエイト計算指示一覧

2005年『産業連関表』		2005年基準企業向けサービス価格指数・ウエイト計算指示	
行コード	部門名	計算指示	品目／インピュート先名称
5122-011	熱供給業	対象外	—
5211-031	下水道★★	品　目	下水道
5212-011	廃棄物処理（公営）★★	品　目	一般廃棄物処理
5212-021	廃棄物処理（産業）	品　目	産業廃棄物処理
6111-011	卸売	対象外	—
6112-011	小売	対象外	—
6211-011	公的金融（帰属利子）	対象外	—
6211-012	民間金融（帰属利子）	対象外	—
6211-013	公的金融（手数料）	品　目	内国為替手数料
6211-014	民間金融（手数料）	品　目	外国為替手数料
		品　目	預貸業務手数料
		品　目	証券委託手数料
		品　目	証券引受手数料
		品　目	証券募集取扱手数料
		品　目	証券事務委託手数料
		品　目	代理業務手数料
		品　目	貸金庫手数料
		品　目	信用保証料
		品　目	カード加盟店手数料
		品　目	ＡＴＭ委託手数料
		小類別インピュート	金融手数料
6212-011	生命保険	対象外	—
6212-021	損害保険	品　目	火災保険
		品　目	自動車保険（任意）
		品　目	自動車保険（自賠責）
		品　目	海上・運送保険
6411-011	不動産仲介・管理業	類別インピュート	不動産賃貸
6411-021	不動産賃貸業	品　目	事務所賃貸（東京圏）
		品　目	事務所賃貸（名古屋圏）
		品　目	事務所賃貸（大阪圏）
		品　目	事務所賃貸（その他地域）
		品　目	店舗賃貸
		品　目	ホテル賃貸
6421-011	住宅賃貸料	対象外	—
6422-011	住宅賃貸料（帰属家賃）	対象外	—
7111-011	鉄道旅客輸送	品　目	新幹線
		品　目	鉄道旅客輸送（除新幹線）
7112-011	鉄道貨物輸送	品　目	鉄道貨物輸送
7121-011	バス	品　目	乗合バス
		品　目	貸切バス
7121-021	ハイヤー・タクシー	品　目	ハイヤー・タクシー
7122-011	道路貨物輸送（除自家輸送）	品　目	積合せ貨物輸送
		品　目	宅配便
		品　目	メール便
		品　目	貸切貨物輸送
		品　目	特殊貨物輸送
7131-011P	自家輸送（旅客自動車）	—	使用しない
7132-011P	自家輸送（貨物自動車）	—	使用しない
7141-011	外洋輸送※1	品　目	定期船
		品　目	不定期船
		品　目	外航タンカー
		品　目	外航貨物用船料
7142-011	沿海・内水面旅客輸送	品　目	内航旅客輸送
7142-012	沿海・内水面貨物輸送	品　目	ＲＯＲＯ船
		品　目	貨物船（除ＲＯＲＯ船）
		品　目	自動車航送船
		品　目	内航タンカー
7143-011	港湾運送	品　目	港湾荷役
7151-011	国際航空輸送※1	品　目	国際航空旅客輸送（北米方面）
		品　目	国際航空旅客輸送（欧州方面）
		品　目	国際航空旅客輸送（アジア・オセアニア方面）
		品　目	国際航空貨物輸送

※１：貨物運賃の国内および輸入取引額を別途推計し、加算している。

2005年『産業連関表』		2005年基準企業向けサービス価格指数・ウエイト計算指示	
行コード	部門名	計算指示	品目／インピュート先名称
7151-012	国内航空旅客輸送	品　目	国内航空旅客輸送
7151-013	国内航空貨物輸送	品　目	国内航空貨物輸送
7151-014	航空機使用事業	類別インピュート	航空貨物輸送
		小類別インピュート	国際航空旅客輸送
		小類別インピュート	国内航空旅客輸送
7161-011	貨物利用運送	類別インピュート	陸上貨物輸送
		類別インピュート	航空貨物輸送
		小類別インピュート	外航貨物輸送
		小類別インピュート	内航貨物輸送
7171-011	倉庫	品　目	普通倉庫
		品　目	冷蔵倉庫
7181-011	こん包	品　目	こん包
7189-011	道路輸送施設提供	品　目	高速自動車国道
		品　目	都市高速道路
		品　目	一般有料道路
		品　目	駐車場賃貸
7189-021	水運施設管理★★	類別インピュート	旅客輸送
		類別インピュート	海上貨物輸送
7189-031	その他の水運付帯サービス	類別インピュート	旅客輸送
		類別インピュート	海上貨物輸送
7189-041	航空施設管理（国公営）★★	類別インピュート	航空貨物輸送
		小類別インピュート	国際航空旅客輸送
		小類別インピュート	国内航空旅客輸送
7189-051	航空施設管理（産業）	類別インピュート	航空貨物輸送
		小類別インピュート	国際航空旅客輸送
		小類別インピュート	国内航空旅客輸送
7189-061	その他の航空付帯サービス	類別インピュート	航空貨物輸送
		小類別インピュート	国際航空旅客輸送
		小類別インピュート	国内航空旅客輸送
7189-099	旅行・その他の運輸付帯サービス	類別インピュート	旅客輸送
		類別インピュート	陸上貨物輸送
		類別インピュート	海上貨物輸送
		類別インピュート	航空貨物輸送
		類別インピュート	倉庫・運輸付帯サービス
7311-011	郵便・信書便	品　目	宅配便
		品　目	メール便
		品　目	封書
		品　目	はがき
		品　目	特殊取扱郵便
		品　目	国際郵便
7312-011	固定電気通信	品　目	固定電話
7312-021	移動電気通信	品　目	専用線
7312-031	その他の電気通信	品　目	インターネット接続サービス
		品　目	ＷＡＮサービス
		品　目	携帯電話・ＰＨＳ
		品　目	アクセスチャージ
7319-099	その他の通信サービス	類別インピュート	通信
7321-011	公共放送	品　目	公共放送
7321-021	民間放送	品　目	民間放送
7321-031	有線放送	品　目	有線放送
		—	使用しない※2
7331-011	ソフトウェア業	品　目	受託開発ソフトウェア
		品　目	パッケージソフトウェア
		—	使用しない※3
7331-012	情報処理・提供サービス	品　目	情報処理サービス
		品　目	システム等管理運営受託
		品　目	情報提供サービス
		品　目	市場調査・世論調査
		小類別インピュート	情報処理・提供サービス

※１：貨物運賃の国内および輸入取引額を別途推計し、加算している。
※２：広告料収入は広告部門の取引額に計上されているため、使用しない。
※３：企業向けサービス価格指数の対象としていないゲームソフトウェアの取引額は、使用しない。

2005年『産業連関表』		2005年基準企業向けサービス価格指数・ウエイト計算指示	
行コード	部門名	計算指示	品目／インピュート先名称
7341-011	インターネット附随サービス	品　目	インターネット附随サービス
		—	使用しない※2
7351-011	映像情報制作・配給業	大類別インピュート	情報通信
7351-021	新聞	品　目	新聞
		—	使用しない※2
7351-031	出版	品　目	書籍
		品　目	月刊誌
		品　目	週刊誌
		—	使用しない※2
7351-041	ニュース供給・興信所	大類別インピュート	情報通信
8111-011	公務（中央）★★	対象外	—
8112-011	公務（地方）★★	対象外	—
8211-011	学校教育（国公立）★★	大類別インピュート	諸サービス
8211-021	学校教育（私立）★	大類別インピュート	諸サービス
8213-011	社会教育（国公立）★★	大類別インピュート	諸サービス
8213-021	社会教育（非営利）★	大類別インピュート	諸サービス
8213-031	その他の教育訓練機関（国公立）★★	大類別インピュート	諸サービス
8213-041	その他の教育訓練機関（産業）	品　目	社員研修サービス
8221-011	自然科学研究機関（国公立）★★	対象外	—
8221-021	人文科学研究機関（国公立）★★	対象外	—
8221-031	自然科学研究機関（非営利）★	対象外	—
8221-041	人文科学研究機関（非営利）★	対象外	—
8221-051	自然科学研究機関（産業）	対象外	—
8221-061	人文科学研究機関（産業）	対象外	—
8222-011	企業内研究開発	対象外	—
8311-011	医療（国公立）	対象外	—
8311-021	医療（公益法人等）	対象外	—
8311-031	医療（医療法人等）	対象外	—
8312-011	保健衛生（国公立）★★	対象外	—
8312-021	保健衛生（産業）	対象外	—
8313-011	社会保険事業（国公立）★★	対象外	—
8313-021	社会保険事業（非営利）★	対象外	—
8313-031	社会福祉（国公立）★★	対象外	—
8313-041	社会福祉（非営利）★	対象外	—
8313-051	社会福祉（産業）	対象外	—
8314-011	介護（居宅）	対象外	—
8314-021	介護（施設）	対象外	—
8411-011	対企業民間非営利団体	対象外	—
8411-021	対家計民間非営利団体（除別掲）★	対象外	—
8511-011	テレビ・ラジオ広告	品　目	テレビ広告
		品　目	ラジオ広告
8511-012	新聞・雑誌・その他の広告	品　目	新聞広告
		品　目	雑誌広告
		品　目	屋外広告
		品　目	交通広告
		品　目	折込広告
		品　目	ダイレクトメール広告
		品　目	インターネット広告
		品　目	フリーペーパー・フリーマガジン広告
		類別インピュート	広告
8512-011	産業用機械器具（除建設機械器具）賃貸業	品　目	産業機械リース
8512-012	建設機械器具賃貸業	品　目	工作機械リース
8512-013	電子計算機・同関連機器賃貸業	品　目	医療用機器リース
8512-014	事務用機械器具（除電算機等）賃貸業	品　目	商業・サービス業用機械設備リース
8512-015	スポーツ・娯楽用品・その他の物品賃貸業	品　目	通信機器リース
		品　目	土木・建設機械リース
		品　目	電子計算機・同関連機器リース
		品　目	事務用機器リース
		品　目	建設機械レンタル
		品　目	仮設資材レンタル
		品　目	電子計算機レンタル
		品　目	オフィス・イベント用品レンタル

※２：広告料収入は広告部門の取引額に計上されているため、使用しない。

2005年『産業連関表』		2005年基準企業向けサービス価格指数・ウエイト計算指示	
行コード	部門名	計算指示	品目／インピュート先名称
8513-011	貸自動車業	品　目	輸送用機器リース
		品　目	レンタカー
8514-101	自動車修理	品　目	車検・定期点検・一般整備
		品　目	自動車整備（事故整備）
8515-101	機械修理	品　目	電気機械器具修理
		品　目	機械修理（除電気機械器具）
8519-011	建物サービス	品　目	清掃
		品　目	設備管理
		品　目	衛生管理
8519-021	法務・財務・会計サービス	品　目	弁護士サービス
		品　目	弁理士サービス
		品　目	司法書士サービス
		品　目	公認会計士サービス
		品　目	税理士サービス
8519-031	土木建築サービス	品　目	建築設計
		品　目	土木設計
		品　目	測量
		品　目	地質調査
8519-041	労働者派遣サービス	品　目	事務職派遣
		品　目	労働者派遣サービス（除事務職）
8519-099	その他の対事業所サービス	品　目	警備（除機械警備）
		品　目	機械警備
		品　目	社会保険労務士サービス
		品　目	不動産鑑定評価
		品　目	行政書士サービス
		品　目	土地家屋調査士サービス
		類別インピュート	専門サービス
		品　目	プラントエンジニアリング
		品　目	テレマーケティング
		対象外	—
8611-011	映画館	対象外	—
8611-021	興行場（除別掲）・興行団	対象外	—
8611-031	遊戯場	対象外	—
8611-041	競輪・競馬等の競走場・競技団	対象外	—
8611-051	スポーツ施設提供業・公園・遊園地	対象外	—
8611-099	その他の娯楽	対象外	—
8612-011	一般飲食店（除喫茶店）	対象外	—
8612-021	喫茶店	対象外	—
8612-031	遊興飲食店	対象外	—
8613-011	宿泊業	品　目	ホテル宿泊サービス
8614-011	洗濯業	品　目	普通洗濯
		品　目	リネンサプライ
8614-021	理容業	大類別インピュート	諸サービス
8614-031	美容業	大類別インピュート	諸サービス
8614-041	浴場業	大類別インピュート	諸サービス
8614-099	その他の洗濯・理容・美容・浴場業	大類別インピュート	諸サービス
8619-011	写真業	対象外	—
8619-021	冠婚葬祭業	対象外	—
8619-031	各種修理業（除別掲）	対象外	—
8619-041	個人教授業	対象外	—
8619-099	その他の対個人サービス	対象外	—

２００５年基準

企業向けサービス価格指数（ＣＳＰＩ）

企業間取引額の推計方法

小類別	対応する『産業連関表』基本分類	小類別の企業間取引額の推計方法	ウエイトデータ
金融手数料	公的金融（手数料） 民間金融（手数料）	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
損害保険	損害保険	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
事務所賃貸 その他の不動産賃貸	不動産賃貸業 道路輸送施設提供	1．小類別「事務所賃貸」「その他の不動産賃貸」に属する各品目の企業間取引額を、それぞれ合計【品目の企業間取引額の推計方法を参照】。	①総務省『産業連関表』 ②日本ビルヂング協会連合会『ビル実態調査のまとめ（全国版）』 ③生駒データサービスシステム『不動産白書』
鉄道旅客輸送	鉄道旅客輸送	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
道路旅客輸送	バス ハイヤー・タクシー	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
海上旅客輸送	外洋輸送 沿海・内水面旅客輸送	1．『産業連関表』基本分類「外洋輸送」の企業間取引額のうち、外航旅客輸送に該当する取引額を算出。 ——貨物輸送および用船料に該当する取引額（「外洋輸送」「郵便・信書便」への産出額）を控除し、算出。 2．1に、『産業連関表』基本分類「沿海・内水面旅客輸送」の企業間取引額を加算。	①総務省『産業連関表』
国際航空旅客輸送	国際航空輸送	1．『産業連関表』基本分類「国際航空輸送」の企業間取引額のうち、国際航空旅客輸送に該当する取引額を算出。 ——貨物輸送に該当する取引額（「郵便・信書便」への産出額）を控除し、算出。	①総務省『産業連関表』
国内航空旅客輸送	国内航空旅客輸送	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
鉄道貨物輸送	鉄道貨物輸送	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
道路貨物輸送	道路貨物輸送（除自家輸送） 郵便・信書便	1．『産業連関表』基本分類「郵便・信書便」の企業間取引額のうち、品目「宅配便」「メール便」に該当する企業間取引額を抽出【品目の企業間取引額の推計方法を参照】。 2．1に、『産業連関表』基本分類「道路貨物輸送（除自家輸送）」の企業間取引額を加算。	①日本郵政公社『郵便のデイスクロージャー誌』など
外航貨物輸送	外洋輸送	1．『産業連関表』基本分類「外洋輸送」の企業間取引額のうち、外航貨物輸送（国内サービス）に該当する取引額を算出。 ——「輸入貨物輸送」の生産額をそのまま使用。 2．『国際収支統計』から、外航貨物輸送（輸入サービス）に該当する取引額を参照。 ——「海上輸送貨物支払」の取引額をそのまま使用。 3．1、2を合計。	①総務省『産業連関表』 ②財務省『国際収支統計』
内航貨物輸送	沿海・内水面貨物輸送	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
貨物用船料	外洋輸送	1．『産業連関表』基本分類「外洋輸送」のうち貨物用船料に該当する取引額を算出。 ——「外洋輸送」から「外洋輸送」への産出額をそのまま使用。	①総務省『産業連関表』
港湾運送	港湾運送	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—

小類別	対応する『産業連関表』基本分類	小類別の企業間取引額の推計方法	ウエイトデータ
国際航空貨物輸送	**国際航空輸送**	1．『産業連関表』基本分類「国際航空輸送」の企業間取引額のうち、国際航空貨物輸送（国内サービス／郵便物）に該当する取引額を算出。 ――「国際航空輸送」から「郵便・信書便」への産出額のうち、輸入分を控除した取引額を使用。 2．調査先の内部資料より、国際航空貨物輸送（国内サービス／一般貨物）に該当する取引額を算出。 3．『国際収支統計』から、国際航空貨物輸送（輸入サービス）に該当する取引額を参照。 ――「航空輸送貨物支払」の取引額をそのまま使用。 4．1、2、3を合計。	①総務省『産業連関表』 ②財務省『国際収支統計』 ③調査先の内部資料
国内航空貨物輸送	**国内航空貨物輸送**	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
倉庫	**倉庫**	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
こん包	**こん包**	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
有料道路	**道路輸送施設提供**	1．『産業連関表』基本分類「道路輸送施設提供」の生産額を使用し、有料道路／駐車場賃貸の構成比を算出。 2．『産業連関表』基本分類「道路輸送施設提供」の企業間取引額に1の構成比を乗じ、有料道路に該当する取引額を算出。	①総務省『産業連関表』
郵便	**郵便・信書便**	1．『産業連関表』基本分類「郵便・信書便」の企業間取引額のうち、宅配便、メール便に該当する取引額を控除し、郵便に該当する取引額を算出【品目の企業間取引額の推計方法を参照】。	①日本郵政公社『郵便のデイスクロージャー誌』など
固定電気通信 移動電気通信 アクセスチャージ	**固定電気通信 移動電気通信 その他の電気通信**	1．『産業連関表』基本分類「固定電気通信」「移動電気通信」の企業間取引額のうち、小類別「アクセスチャージ」に該当する取引額を算出。 ――「固定電気通信」「移動電気通信」への産出額をそのまま使用。 2．『産業連関表』基本分類「固定電気通信」「その他の電気通信」の企業間取引額から、上記のアクセスチャージ分を控除し、小類別「固定電気通信」に該当する取引額を算出。 3．『産業連関表』基本分類「移動電気通信」の企業間取引額から、上記のアクセスチャージ分を控除し、小類別「移動電気通信」に該当する取引額を算出。	①総務省『産業連関表』
放送	**公共放送 民間放送 有線放送**	1．『産業連関表』基本分類「民間放送」「有線放送」の企業間取引額のうち、放送に該当する取引額を算出。 ――広告料収入に該当する取引額（「広告」への産出額）を控除し、算出。 2．1に、『産業連関表』基本分類「公共放送」の企業間取引額を加算。	①総務省『産業連関表』

小類別	対応する『産業連関表』基本分類	小類別の企業間取引額の推計方法	ウエイトデータ
ソフトウェア開発	ソフトウェア業	1．『産業連関表』基本分類「ソフトウェア業」の企業間取引額のうちソフトウェア開発に該当する取引額を算出。 ――ゲームソフトウェアに該当する取引額（「ゲームソフト」の生産額×企業向け比率）を控除し、算出。	①総務省『産業連関表』
情報処理・提供サービス	情報処理・提供サービス	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
インターネット附随サービス	インターネット附随サービス	1．『産業連関表』基本分類「インターネット附随サービス」の企業間取引額のうち、インターネット附随サービスに該当する取引額を算出。 ――広告料収入に該当する取引額（「広告」への産出額）を控除し、算出。	①総務省『産業連関表』
新聞	新聞	1．『産業連関表』基本分類「新聞」の企業間取引額のうち、新聞に該当する取引額を抽出。 ――広告料収入に該当する取引額（「広告」への産出額）を控除し、算出。	①総務省『産業連関表』
出版	出版	1．『産業連関表』基本分類「出版」の企業間取引額のうち、出版に該当する取引額を算出。 ――広告料収入に該当する取引額（「広告」への産出額）を控除し、算出。	①総務省『産業連関表』
四媒体広告 その他の広告	テレビ・ラジオ広告 新聞・雑誌・その他の広告	1．小類別「四媒体広告」「その他の広告」に属する各品目の企業間取引額を、それぞれ合計【品目の企業間取引額の推計方法を参照】。	①総務省『産業連関表』 ②経済産業省『特定サービス産業実態調査報告書（広告代理業、その他の広告業編）』 ③電通『日本の広告費』
リース レンタル	産業用機械器具（除建設機械器具）賃貸業 建設機械器具賃貸業 電子計算機・同関連機器賃貸業 事務用機械器具（除電算機等）賃貸業 スポーツ・娯楽用品・その他の物品賃貸業 貸自動車業	1．『産業連関表』の生産額を使用し、各基本分類のリース／レンタルの構成比を算出。 ――「スポーツ・娯楽用品・その他の物品賃貸業」のみ、『特定サービス産業実態調査報告書』を使用し、リース／レンタルの構成比を算出。 2．『産業連関表』の各基本分類の企業間取引額にリース／レンタルの構成比を乗じ、リース、レンタルに該当する取引額をそれぞれ集計。	①総務省『産業連関表』 ②経済産業省『特定サービス産業実態調査報告書（物品賃貸業編）』
下水道	下水道★★	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
廃棄物処理	廃棄物処理（公営）★★ 廃棄物処理（産業）	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
自動車整備	自動車修理	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
機械修理	機械修理	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
法務・会計サービス	法務・財務・会計サービス	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
土木建築サービス	土木建築サービス	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—

小類別	対応する『産業連関表』基本分類	小類別の企業間取引額の推計方法	ウエイトデータ
その他の専門サービス	**その他の対事業所サービス**	1．「その他の専門サービス」に属する各品目の企業間取引額を合計【品目の企業間取引額の推計方法を参照】。	①総務省『サービス業基本調査報告』 ②総務省『産業連関表』 ③全国社会保険労務士会連合会『月刊社会保険労務士』など ⑤日本銀行『企業向けサービス価格指数』 ⑥国土交通省『不動産鑑定事業実績』など ⑦日本行政書士会連合会『行政書士の登録者数の推移』など ⑧日本土地家屋調査士会内部資料
教育訓練サービス	**その他の教育訓練機関（産業）**	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
建物サービス	**建物サービス**	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
労働者派遣サービス	**労働者派遣サービス**	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
警備	**その他の対事業所サービス**	1．『産業連関表』基本分類「その他の対事業所サービス」の企業間取引額のうち、警備に該当する取引額（「警備」の生産額×企業向け比率）を算出。 ――『サービス業基本調査報告』を使用し、企業向け比率を算出。	①総務省『サービス業基本調査報告』 ②総務省『産業連関表』
プラントエンジニアリング	**その他の対事業所サービス**	1．『産業連関表』基本分類「その他の対事業所サービス」の企業間取引額のうち、プラントエンジニアリングに該当する取引額を算出。 ――「プラントエンジニアリング業」の生産額をそのまま使用。	①総務省『産業連関表』
テレマーケティング	**その他の対事業所サービス**	1．『産業連関表』基本分類「その他の対事業所サービス」の企業間取引額のうち、テレマーケティングに該当する取引額を算出。 ――『コールセンター／コンタクトセンター市場の実態と展望2008』の売上高をそのまま使用。	①矢野経済研究所『コールセンター／コンタクトセンター市場の実態と展望2008』
宿泊サービス	**宿泊業**	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—
洗濯	**洗濯業**	1．『産業連関表』基本分類の企業間取引額をそのまま使用。	—

小類別	品　目	品目の企業間取引額の推計方法	ウエイトデータ
金融手数料	内国為替手数料 外国為替手数料 預貸業務手数料 証券委託手数料 証券引受手数料 証券募集取扱手数料 証券事務委託手数料 代理業務手数料 貸金庫手数料 信用保証料 カード加盟店手数料 ＡＴＭ委託手数料	１．民間金融手数料について、業務分類ごとの取引額を集計。 ——取引額を使用できない場合は、数量データ×料金表単価より、取引額を推計。 ２．公的金融手数料について、業務分類ごとの取引額を集計。 ３．『産業連関表』の産出額を使用し、民間金融手数料、公的金融手数料ごとに企業向け比率を推計。 ——全て企業向けに提供されるサービスを控除したベースで、算出。 ４．取引額×企業向け比率より、業務分類ごとに企業向け取引額を推計。 ５．民間金融手数料、公的金融手数料ごとに、業務分類別の構成比を推計。 ６．『産業連関表』基本分類「公的金融（手数料）」「民間金融（手数料）」の企業間取引額に、５の構成比を乗じ、業務分類別の企業間取引額を推計。 ７．企業間取引額を業務分類ごとに集計し、各品目の企業間取引額を算出。 ——品目として採用しない業務分類の企業間取引額は、小類別インピュートに使用。	①日本銀行内部資料 ②日本証券業協会『全国証券会社288社の平成18年3月期決算概況について』 ③全国信用保証協会連合会内部資料 ④日本クレジット産業協会『日本の消費者信用統計』 ⑤全国信用金庫協会『全国信用金庫財務諸表分析』 ⑥全国労働金庫協会『全国労働金庫経営分析表』 ⑦全国銀行協会『決済統計年報』 ⑧各金融機関ディスクロージャー資料 ⑨調査先等の内部資料 ⑩総務省『産業連関表』
損害保険	火災保険 自動車保険（任意） 自動車保険（自賠責） 海上・運送保険	１．保険種類ごとの生産額（＝保険料収入＋資産運用収益－保険金支払－保険契約準備金等純増）を算出。 ２．『産業連関表』の産出額を使用し、企業向け比率を推計。 ——全て企業向けに提供される海上・運送保険を控除したベースで、算出。 ３．生産額×企業向け比率より保険種類ごとに企業向け取引額を推計し、保険種類別の構成比を推計。 ４．小類別の企業間取引額に、３の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①保険研究所『Insurance損害保険統計号』 ②総務省『産業連関表』
事務所賃貸	事務所賃貸（東京圏） 事務所賃貸（名古屋圏） 事務所賃貸（大阪圏） 事務所賃貸（その他地域）	１．『産業連関表』の産出額を使用し、品目「ホテル賃貸」の企業間取引額を算出。 ——「不動産賃貸業」から「宿泊業」への産出額をそのまま使用。 ２．『産業連関表』基本分類「道路輸送施設提供」の企業間取引額に、生産額ベースの駐車場の構成比を乗じ、品目「駐車場賃貸」の企業間取引額を推計。 ３．延床面積データを使用し、事務所賃貸／店舗賃貸の構成比を算出。 ４．貸付床面積×実質賃料を合算し、地域別に事務所賃貸額を推計し、地域別の構成比を推計。 ５．『産業連関表』基本分類「不動産賃貸業」の企業間取引額から品目「ホテル賃貸」分を控除した取引額に、３、４の構成比を乗じ、品目「ホテル賃貸」「駐車場賃貸」以外の各品目の企業間取引額を推計。	①総務省『産業連関表』 ②日本ビルヂング協会連合会『ビル実態調査のまとめ（全国版）』 ③生駒データサービスシステム『不動産白書』
その他の不動産賃貸	店舗賃貸 ホテル賃貸 駐車場賃貸		
鉄道旅客輸送	新幹線 鉄道旅客輸送（除新幹線）	１．決算資料を使用し、各新幹線の定期外収入を合算。 ２．１の収入と『産業連関表』の生産額を使用し、新幹線／除新幹線の構成比を算出。 ３．小類別の企業間取引額に、２の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①調査先の決算資料 ②総務省『産業連関表』
道路旅客輸送	乗合バス 貸切バス ハイヤー・タクシー	１．『産業連関表』基本分類「ハイヤー・タクシー」の企業間取引額を、品目「ハイヤー・タクシー」の企業間取引額としてそのまま使用。 ２．『産業連関表』の生産額×業務用比率より、品目「貸切バス」の企業間取引額を推計。 ３．『産業連関表』基本分類「バス」の企業間取引額から、品目「貸切バス」分を控除し、品目「乗合バス」の企業間取引額を推計。	①総務省『産業連関表』

小類別	品　目	品目の企業間取引額の推計方法	ウエイトデータ
海上旅客輸送	内航旅客輸送	1．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	—
国際航空旅客輸送	国際航空旅客輸送（北米方面） 国際航空旅客輸送（欧州方面） 国際航空旅客輸送（アジア・オセアニア方面）	1．渡航目的別日本人出国者数データを使用し、路線ごとに企業向け比率を算出。 2．出国日本人数に企業向け比率を乗じ、方面別に、出国日本人数（企業向け）を推計。 3．運賃データに２の人数を乗じ、方面別に、運賃種類別の運航収入を算出。 4．運賃種類別の運航収入の構成比を平均し、方面別の構成比を推計。 5．小類別の企業間取引額に、４の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①国際航空旅客運賃データベース ②日本政府観光局『訪日外客数・出国日本人数』 ③法務省『出入国管理統計』
国内航空旅客輸送	国内航空旅客輸送	1．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	—
鉄道貨物輸送	鉄道貨物輸送	1．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	—
道路貨物輸送	積合せ貨物輸送 宅配便 メール便 貸切貨物輸送 特殊貨物輸送	1．貨物自動車運送の輸送トンキロを算出。また、輸送トンキロデータを使用し、貨物自動車運送のうち特殊貨物輸送、特別積合せ（除く宅配便）の構成比を算出。 2．『産業連関表』における「貨物自動車運送」の生産額に、１の構成比を乗じ、特殊貨物輸送の取引額を推計。 3．１の貨物自動車運送の輸送トンキロ×構成比より、特別積合せ（除く宅配便）の輸送トンキロを算出。輸送トンキロ×輸送単価より、特別積合せ（除く宅配便）の取引額を推計。 4．宅配便（ゆうパックを除く）、メール便（ゆうメールを除く）の取引額を推計。 ——売上高を使用できない場合は、取扱個数×平均単価より、取引額を推計。 ——メール便（ゆうメールを除く）は全て企業向けとみなす。 5．２、３、４の取引額から、宅配便（ゆうパックを除く）／特別積合せ（除く宅配便）／貸切貨物輸送／特殊貨物輸送の構成比を算出。 6．『産業連関表』基本分類「道路貨物輸送（除自家輸送）」の企業間取引額に、５の構成比を乗じ、宅配便（ゆうパックを除く）、特別積合せ（宅配便を除く）、および品目「貸切貨物輸送」「特殊貨物輸送」の企業間取引額を推計。 7．６の特別積合せ（宅配便を除く）の企業間取引額から、４のメール便（ゆうメールを除く）の取引額を控除し、品目「積合せ貨物輸送」の企業間取引額を推計。 8．小包郵便物の営業収益からゆうパック分を控除し、ゆうメールの取引額を推計。 ——ゆうパックの取引額は、取扱個数×平均単価より推計。 ——ゆうメールは全て企業向けとみなす。 9．『産業連関表』基本分類「郵便・信書便」の企業間取引額に、営業収益ベースの小包郵便物の構成比を乗じ、小包郵便物の企業間取引額を推計。この取引額から、８のゆうメールの取引額を控除し、ゆうパックの企業間取引額を推計。 10．４、６、８、９の取引額をそれぞれ合計し、品目「宅配便」「メール便」の企業間取引額を推計。	①日本郵政公社『郵便のデイスクロージャー誌』など ②国土交通省『自動車輸送統計調査』 ③国土交通省『特別積合せトラック調査報告書』 ④国土交通省『物流センサス』 ⑤国土交通省『宅配便取扱個数（宅配便）』 ⑥国土交通省『宅配便取扱個数（メール便）』 ⑦総務省『産業連関表』 ⑧日本銀行『企業向けサービス価格指数』 ⑨調査先の決算資料

小類別	品　目	品目の企業間取引額の推計方法	ウエイトデータ
外航貨物輸送	定期船 不定期船 外航タンカー	１．運賃収入データを使用し、日本籍船、外国籍船ごとに、定期船／不定期船／外航タンカーの構成比を算出。 ２．国内サービスの企業間取引額には日本籍船の、輸入サービスの企業間取引額には外国籍船の構成比を乗じ、定期船／不定期船／外航タンカーの企業間取引額を推計。 ３．２の企業間取引額を定期船／不定期船／外航タンカーごとに集計し、各品目の企業間取引額を算出。	①総務省『産業連関表』 ②財務省『国際収支統計』 ③国土交通省『我が国商船隊の輸送量及び運賃収入』
内航貨物輸送	ＲＯＲＯ船 貨物船（除ＲＯＲＯ船） 自動車航送船 内航タンカー	１．『産業連関表』の産出額を使用し、品目「自動車航送船」の企業間取引額を算出。 ――「沿海・内水面貨物輸送」から「道路輸送」への産出額をそのまま使用。 ２．品目「ＲＯＲＯ船」「内航タンカー」の企業間取引額を算出。 ――輸送量×運賃より、取引額を推計。 ３．小類別の企業間取引額から、１、２の企業間取引額を控除し、品目「貨物船（除ＲＯＲＯ船）」の企業間取引額を推計。	①国土交通省『内航船舶輸送統計』 ②国土交通省『全国貨物純流動調査』 ③総務省『産業連関表』 ④国土交通省『内航船舶品目別運賃収入調査』
貨物用船料	外航貨物用船料	１．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	―
港湾運送	港湾荷役	１．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	―
国際航空貨物輸送	国際航空貨物輸送	１．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	―
国内航空貨物輸送	国内航空貨物輸送	１．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	―
倉庫	普通倉庫 冷蔵倉庫	１．『産業連関表』の生産額を使用し、普通倉庫／冷蔵倉庫の構成比を算出。 ２．小類別の企業間取引額に、１の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①総務省『産業連関表』
こん包	こん包	１．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	―
有料道路	高速自動車国道 都市高速道路 一般有料道路	１．『産業連関表』の生産額を使用し、高速自動車国道／都市高速道路／一般有料道路の構成比を算出。 ２．小類別の企業間取引額に、１の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①総務省『産業連関表』
郵便	封書 はがき 特殊取扱郵便 国際郵便	１．営業収益データを使用し、封書／はがき／特殊取扱郵便／国際郵便の構成比を算出。 ２．小類別の企業間取引額に、１の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①日本郵政公社『郵便のデイスクロージャー誌』

小類別	品　目	品目の企業間取引額の推計方法	ウエイトデータ
固定電気通信	固定電話 専用線 インターネット接続サービス ＷＡＮサービス	１．売上高データを使用し、固定電話／専用線／インターネット接続サービス／ＷＡＮサービスの構成比を算出。 ２．小類別の企業間取引額に、１の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①総務省『通信産業基本調査報告書』
移動電気通信	携帯電話・ＰＨＳ	１．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	—
アクセスチャージ	アクセスチャージ	１．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	—
放送	公共放送 民間放送 有線放送	１．『産業連関表』基本分類「公共放送」の企業間取引額を、品目「公共放送」の企業間取引額としてそのまま使用。 ２．『産業連関表』基本分類「民間放送」「有線放送」の企業間取引額から、広告料収入（「広告」への産出額）をそれぞれ控除し、品目「民間放送」「有線放送」の企業間取引額とする。	①総務省『産業連関表』
ソフトウェア開発	受託開発ソフトウェア パッケージソフトウェア	１．『産業連関表』における「受注ソフトウェア開発」の生産額を、品目「受託開発ソフトウェア」の企業間取引額としてそのまま使用。 ２．小類別の企業間取引額から、品目「受託開発ソフトウェア」分を控除し、品目「パッケージソフトウェア」の企業間取引額を算出。	①総務省『産業連関表』
情報処理・提供サービス	情報処理サービス システム等管理運営受託 情報提供サービス 市場調査・世論調査	１．売上高データを使用し、業務種類別の構成比を算出。 ２．小類別の企業間取引額に、１の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。 ——品目として採用しない業務種類の企業間取引額は、小類別インピュートに使用。	①経済産業省『特定サービス産業実態調査報告書（情報サービス業編）』
インターネット附随サービス	インターネット附随サービス	１．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	—
新聞	新聞	１．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	—
出版	書籍 月刊誌 週刊誌	１．『産業連関表』の生産額を使用し、書籍／雑誌の構成比を算出。 ２．推定販売金額データを使用し、雑誌の内訳（月刊誌／週刊誌）の構成比を算出。 ３．小類別の企業間取引額に、１、２の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①総務省『産業連関表』 ②出版科学研究所『出版月報』

小類別	品　目	品目の企業間取引額の推計方法	ウエイトデータ
四媒体広告	新聞広告 雑誌広告 テレビ広告 ラジオ広告	１．『産業連関表』における「新聞広告」「雑誌広告」の生産額を、品目「新聞広告」「雑誌広告」の企業間取引額としてそのまま使用。 ２．『産業連関表』の生産額を使用し、テレビ広告／ラジオ広告、その他の広告／海外広告の構成比を算出。 ３．『産業連関表』基本分類「テレビ・ラジオ広告」の企業間取引額に、２の構成比を乗じ、品目「テレビ広告」「ラジオ広告」の企業間取引額を推計。 ４．売上高データを使用し、２のその他の広告の内訳（屋外広告／交通広告／折込広告、ダイレクトメール広告／インターネット広告／その他／ＳＰ・ＰＲ・催事企画）の構成比を算出。 ５．広告費データを使用し、４の折込広告、ダイレクトメール広告の内訳（折込広告／ダイレクトメール広告）、その他の内訳（フリーペーパー・フリーマガジン広告／それ以外）の構成比を算出。 ６．『産業連関表』基本分類「新聞・雑誌・その他の広告」の企業間取引額から、品目「新聞広告」「雑誌広告」分を控除した企業間取引額に、２、４、５の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を算出。 ――品目として採用しない業務種類の企業間取引額は、類別インピュートに使用。	①総務省『産業連関表』 ②経済産業省『特定サービス産業実態調査報告（広告代理業、その他の広告業編）』 ③電通『日本の広告費』
	その他の広告 屋外広告 交通広告 折込広告 ダイレクトメール広告 インターネット広告 フリーペーパー・フリーマガジン広告		
リース	産業機械リース 工作機械リース 医療用機器リース 商業・サービス業用機械設備リース 通信機器リース 土木・建設機械リース 電子計算機・同関連機器リース 事務用機器リース 輸送用機器リース	１．『産業連関表』の生産額を使用し、「貸自動車業」のうちリース／レンタルの構成比を算出。 ２．『産業連関表』基本分類「貸自動車業」の企業間取引額に、１の構成比を乗じ、品目「輸送用機器リース」の企業間取引額を推計。 ３．契約高データを使用し、輸送用機器リースを除く業務種類別の構成比を算出。 ４．小類別の企業間取引額から品目「輸送用機器リース」分を控除した企業間取引額に、３の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①総務省『産業連関表』 ②経済産業省『特定サービス産業実態調査報告書（物品賃貸業編）』
レンタル	建設機械レンタル 仮設資材レンタル 電子計算機レンタル レンタカー オフィス・イベント用品レンタル	１．『産業連関表』の生産額を使用し、「貸自動車業」のうちリース／レンタルの構成比を算出。 ２．『産業連関表』基本分類「貸自動車業」の企業間取引額に、１の構成比を乗じ、品目「レンタカー」の企業間取引額を推計。 ３．売上高データを使用し、土木・建設機械レンタル／電子計算機レンタル／オフィス・イベント用品レンタルの構成比を算出。 ４．賃貸売上高データを使用し、３の土木・建設機械レンタルの内訳（仮設資材レンタル／建設機械レンタル）の構成比を算出。 ５．小類別の企業間取引額から品目「レンタカー」分を控除した企業間取引額に、３、４の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①総務省『産業連関表』 ②経済産業省『特定サービス産業実態調査報告書（物品賃貸業編）』 ③国土交通省『建設関連業等動態調査』

小類別	品　目	品目の企業間取引額の推計方法	ウエイトデータ
下水道	下水道	1．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	—
廃棄物処理	一般廃棄物処理 産業廃棄物処理	1．収入額データを使用し、一般廃棄物処理／産業廃棄物処理の構成比を算出。 2．小類別の企業間取引額に、１の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①総務省『サービス業基本調査報告』
自動車整備	車検・定期点検・一般整備 自動車整備（事故整備）	1．売上高データを使用し、整備内容ごとの構成比を算出。 2．小類別の企業間取引額に、１の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①日本自動車整備振興会連合会『自動車整備白書』
機械修理	電気機械器具修理 機械修理（除電気機械器具）	1．『産業連関表』の生産額を使用し、提供主体（製造業／商業／サービス業）ごとの構成比を算出。 2．小類別の企業間取引額に、１の構成比を乗じ、提供主体別の企業間取引額を推計。 3．提供主体ごとに、収入額データを使用し、修理対象財ごとの構成比を算出。 4．提供主体別の企業間取引額に、３の構成比を乗じ、修理対象財別の企業間取引額を推計。 5．４の企業間取引額を、修理対象財ごとに集計し、各品目の企業間取引額を算出。	①総務省『産業連関表』 ②経済産業省『工業統計表（産業編）』 ③経済産業省『商業統計』 ④総務省『サービス業基本調査報告』
法務・会計サービス	弁護士サービス 弁理士サービス 司法書士サービス 公認会計士サービス 税理士サービス	1．収入額データを使用し、業務種類ごとの構成比を算出。 2．小類別の企業間取引額に、１の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①総務省『サービス業基本調査報告』 ②調査先等の決算資料
土木建築サービス	建築設計 土木設計 測量 地質調査	1．収入額データを使用し、建築設計業／測量／地質調査の構成比を算出。 2．出来高データを使用し、１の建築設計業の内訳（建築設計／土木設計）の構成比を算出。 3．小類別の企業間取引額に、１、２の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①総務省『サービス業基本調査報告』 ②国土交通省『建設総合統計』
その他の専門サービス	社会保険労務士サービス 不動産鑑定評価 行政書士サービス 土地家屋調査士サービス	1．報酬額データ等を使用し、各品目ごとに企業間取引額を推計。 ――品目「社会保険労務士サービス」は、報酬額×会員数より推計。 ――品目「不動産鑑定評価」は、報酬合計に地価調査分（鑑定評価料×調査地点数）を加算。 ――品目「行政書士サービス」は報酬額×会員数による取引額、品目「土地家屋調査士サービス」は推計報酬総額に、企業向け比率を乗じて推計。	①総務省『サービス業基本調査報告』 ②総務省『産業連関表』 ③全国社会保険労務士会連合会『月刊社会保険労務士』など ⑤日本銀行『企業向けサービス価格指数』 ⑥国土交通省『不動産鑑定事業実績』など ⑦日本行政書士会連合会『行政書士の登録者数の推移』など ⑧日本土地家屋調査士会内部資料

小類別	品　目	品目の企業間取引額の推計方法	ウエイトデータ
教育訓練サービス	社員研修サービス	1．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	—
建物サービス	清掃 設備管理 衛生管理	1．売上構成データを使用し、業務種類ごとの構成比を算出。 2．小類別の企業間取引額に、１の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①全国ビルメンテナンス協会『実態調査報告書』
労働者派遣サービス	事務職派遣 労働者派遣サービス（除事務職）	1．派遣労働者数×平均単価より業務分類ごとの取引額を推計し、構成比を算出。 2．小類別の企業間取引額に、１の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①厚生労働省『労働者派遣事業の事業報告の集計結果』 ②日本銀行『企業向けサービス価格指数』
警備	警備（除機械警備） 機械警備	1．国内推定市場規模データを使用し、品目「機械警備」の企業間取引額を推計。 2．小類別の企業間取引額から、品目「機械警備」分を控除し、品目「警備（除機械警備）」の企業間取引額を推計。	①日本防犯設備協会『防犯設備機器に関する統計調査』
プラントエンジニアリング	プラントエンジニアリング	1．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	—
テレマーケティング	テレマーケティング	1．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	—
宿泊サービス	ホテル宿泊サービス	1．小類別の企業間取引額を、品目の企業間取引額にそのまま使用。	—
洗濯	普通洗濯 リネンサプライ	1．収入額データを使用し、業務種類ごとの構成比を算出。 2．小類別の企業間取引額に、１の構成比を乗じ、各品目の企業間取引額を推計。	①総務省『サービス業基本調査報告』